

UNIVERSIDADE DE LISBOA

FACULDADE DE LETRAS

ARTE, PATRIMÓNIO E TEORIA DO RESTAURO



GRAFFITI E STREET ART EM PORTUGAL

MARTA CORREIA SIMÕES

UNIVERSIDADE DE LISBOA

FACULDADE DE LETRAS

ARTE, PATRIMÓNIO E TEORIA DO RESTAURO



GRAFFITI E STREET ART EM PORTUGAL

MARTA CORREIA SIMÕES

Dissertação orientada pelo Prof. Doutor Fernando Grilo
e apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa
para a obtenção do grau de Mestre em Arte, Património e Teoria do Restauro

2013

Agradecimentos:

Tenho que em primeiro lugar agradecer a todos os que permitiram que esta tese se desenrolasse. A todos os *writers* que me ajudaram, em especial para a GLAM e para o RISK0, com quem mantive um contacto muito próximo e que me permitiram conhecer um pouco melhor o mundo e as práticas do *graffiti*. Ainda no seio dos vários artistas, também tenho que agradecer ao Alexandre Farto, à Tamara Alves, ao MESK e ao TARGET, que mesmo com pouco tempo disponível me puderam ajudar.

Em segundo lugar é necessário agradecer também ao Jesse James e à Diana Sousa do festival Walk&Talk Azores, que me ajudaram de uma forma inestimável, à Sílvia Câmara e à Inês Machado da GAU, que me receberam e ajudaram ao longo deste trabalho e ainda à Lara Seixo Rodrigues do WOOL, por todo o tempo e dicas que disponibilizou. Também tenho que agradecer à Teresa Pearce de Azevedo, pois sem a sua ajuda grande parte deste trabalho não teria sido possível.

Tenho também que agradecer a todos aqueles que me ajudaram ao longo deste último ano: a todos aqueles que leram e releram este trabalho, e que sabem quem são. À Mariana Marques por me ter ajudado na recolha fotográfica e ainda à minha mãe e ao meu irmão por terem acompanhado com muita paciência e algum entusiasmo todo o desenrolar deste trabalho.

A todos os restantes, que me ajudaram das mais variadas formas, e que por algum motivo não foram mencionados, agradeço também.

Resumo:

O seguinte trabalho tem como principal objectivo introduzir o estudo do *graffiti* e da *street art* no seio da história da arte em Portugal, como uma forma de arte contemporânea.

O *graffiti* tem vindo a acompanhar a humanidade ao longo da história. De uma forma inconstante, este teve as mais diversas utilizações e é hoje considerado como um movimento artístico. Partindo de um estudo da prática do *graffiti* com início nas cidades americanas, procurou-se apresentar o processo que culminou com a sua disseminação por todo o globo, sem esquecer a diversidade de práticas. Falar de *graffiti* é falar de um movimento que vem subsistindo por mais de quarenta anos e que continua a evoluir. É ainda de uma prática fortemente enraizada no presente, que motiva o desenvolvimento de diversos discursos, tanto a seu favor como contra si.

Mesmo com as diversas opiniões existentes, tanto o *graffiti* como os seus mais diversos ramos, onde encontramos a *street art*, têm conseguido obter algum reconhecimento institucional. Eminentemente efémero e fortemente orientado por um conjunto de regras de execução, o *graffiti* encara o espaço da cidade como uma tela infinita e em constante renovação.

Palavra-chave: *Graffiti, Street Art, Portugal, História da Arte, Sprays.*

Abstract:

The following work has as the main objective to introduce *graffiti* and *street art* studies within Portuguese art history, as a contemporary art form.

Graffiti has accompanied humanity along history. With an uncertain way, graffiti had the most varied uses and today is considered as an art movement. Based on a study of its practices since the North American cities, we sought to introduce the process that culminated with its dissemination around the globe not forgetting the diversity of its practices. To speak of *graffiti* is to speak of a movement that has subsisted for more than forty years and keeps evolving. It is also a practice strongly linked with the present, which motivates its development in many different speeches, much in his favor as against him.

Even though many different opinions exist, *graffiti* and its different branches that include *street art* have been able to obtain some institutional acknowledgment. Eminently ephemeral and strongly oriented by a set of execution rules, graffiti faces the urban space as an infinite canvas constantly renovating itself.

Key-words: *Graffiti*, *Street Art*, Portugal, Art History, *Sprays*.

Plano de trabalho

VOLUME I

0. Introdução

1. Origens

1.1. Estados Unidos da América e Europa

1.1.1. Filadélfia e Nova Iorque: um movimento de jovens

1.1.2. A cultura *hip-hop*

1.1.3. A questão da fama

1.1.4. A realidade europeia

1.2. A outra face da moeda

1.3. Uma questão de territorialidade

1.3.1. Mais que um género

1.4. *Tags*, *Throwies* e *Pieces*

1.4.1. O *tag*

1.4.2. O *Throw-up*

1.4.3. A *masterpiece*

1.4.4. Exigências técnicas: materiais

1.4.5. O anonimato

1.4.6. Subcultura Hierarquizada

2. *Street Art* ou *Pós-graffiti*

2.1. Diferentes expressões

2.2. Internet e a fotografia

2.3. Repetição e contexto

3. A aceitação no mundo da arte

3.1. Basquiat e Haring

3.2. O *Graffiti* e a história da arte

4. Portugal e as primeiras manifestações

4.1. O *graffiti* em território nacional

4.1.1. A década de 90

4.1.2. A mudança de século e o panorama actual

4.2. Eventos e projectos nacionais

4.2.1. GAU – Galeria de Arte Urbana

4.2.2. WOOL – Festival de Arte Urbana da Covilhã

4.2.3. Walk&Talk Azores – Festival de Arte Pública

5. *Writers e Crews* em contexto nacional
 - 5.1. O.G.A. Crew
 - 5.1.1. GLAM
 - 5.1.2. Maria Imaginário (DELLICIOUS)
 - 5.2. ARM collective
 - 5.2.1. MAR
 - 5.2.2. RAM
 - 5.3. Alexandre Farto Aka VHILS
 - 5.4. Tamara Alves
 - 5.5. Pantónio
 - 5.6. TARGET
 - 5.7. MESK
6. Considerações finais
7. Glossário
8. Bibliografia
 - 8.1. Videografia
 - 8.2. Sites consultados

VOLUME II

9. Anexos

0. Introdução

Observar as ruas da cidade é encontrar uma grande variedade de imagens. Para além da grande quantidade de publicidade e sinalética, encontramos espalhados um pouco por toda a parte o que muitos consideram como uma forma de vandalismo ou ainda como uma forma de comunicação codificada.

O que o *graffiti* hoje faz, já antes havia sido feito: comunicar utilizando o espaço público. Esta tem sido uma fórmula utilizada de forma recorrente em várias civilizações e em várias geografias. Também hoje e no passado, renova-se com alguma regularidade nas paredes ou outros tipos de mobiliário urbano.

Apesar de podermos considerar todas as expressões presentes em espaço público como uma forma primitiva de *graffiti*, este nasceu na cidade de Filadélfia, para mais tarde passar para a cidade de Nova Iorque. Na cidade de Nova Iorque foi utilizado pelos jovens como forma de expressão pessoal e ainda como alternativa aos gangues que dominavam a cidade. Os primeiros *tags* correspondiam a uma combinação entre a alcunha e o número da rua onde o *writer*, o seu autor, morava. De seguida, o *tag* passa a utilizar apenas letras, que progressivamente se tornaram ilegíveis acompanhadas de figuras tiradas de filmes e bandas desenhadas. Até chegarmos ao que hoje conhecemos como *graffiti*, todo um processo se desenrolou, com os mais diversos avanços e recuos.

No primeiro capítulo, “Origens”, surge, tal, como o nome indica, uma apresentação sobre as origens do *graffiti*. Aqui não serão esquecidos os seus possíveis antepassados, muitos deles ainda hoje presentes nos mais diversos locais do globo. Exemplo disso são as paredes com inscrições presentes nas ruínas de Pompeia, ou ainda de Lord Byron no templo de Poseidon. De seguida entramos na nova fase do *graffiti*, e na forma como este surgiu primeiro na cidade de Filadélfia e mais tarde na cidade que iria propiciar o seu rápido crescimento, Nova Iorque. Será apresentada a ligação estabelecida entre o *graffiti* e a cultura *hip-hop*, bem como a forma como estes se interligam, que mais tarde resultou numa expansão que podemos considerar explosiva, para além do continente norte-americano. Toda a evolução deste movimento será apresentada, uma das principais motivações para os seus praticantes: a “fama”.

A chegada ao continente europeu estará ainda presente no primeiro capítulo, dando-se ênfase às diferenças existentes entre o *graffiti* norte-americano e o *graffiti* europeu –

principalmente o francês –, que existia antes da chegada do seu parente americano, sendo utilizado como forma de reivindicação sociopolítica.

Há medida que o *graffiti* ganhou força, foram lançadas algumas das mais intensas campanhas contra o *graffiti*, tendo sido as mais intensas lançadas na cidade de Nova Iorque. Nem todas elas resultaram, devido a erros nos planos de combate, sendo possível identificar a transição feita da carruagem do metropolitano, para as paredes.

Surge assim explicado o modo de actuação dos seus praticantes é também explicado, bem como a forma como entendem e interagem com o território em que actuam. Aqui, há a necessidade de falar dos gangues e da forma como estes lidam com o território. Existem semelhanças entre os *writers* no que toca ao seu território, apesar de no caso dos *writers* se tratar de um fenómeno um pouco mais recente. Para o *writer* ou *street artist* actual, esta ligação com o território não é tão forte, sendo em alguns casos inexistente. Ainda no seio desta questão, é de referir o maior número de membros do sexo masculino e as diferentes motivações que por vezes mantêm os membros do sexo feminino afastados deste tipo de práticas.

Para terminar o capítulo, são indicadas as diversas tipologias de trabalhos desenvolvidas por *writers*: *tags*, *throw-ups* e *masterpieces*. De modo a melhor compreender o que cada uma delas significa, são ainda apresentadas as exigências em termos de técnicas. É ainda possível encontrar pontos de contacto entre o *writer* e o artista com formação em belas-artes, pontos esses aqui apresentados. Entre estas semelhanças encontra-se a questão do anonimato, que permite a criação de uma imagem por vezes errada daquilo que é o *writer*.

No seguinte capítulo, “*Street Art* ou *Pós-graffiti*” é feita uma apresentação do que podemos chamar como a evolução do *graffiti*, bem como daquela que se pode considerar como uma alternativa a este, a *street art*. Também serão mencionadas as diferenças e muitas semelhanças entre o chamado *pós-graffiti* e *graffiti*, onde serão indicadas algumas das diversas expressões presentes no seio destas, como o *stencil* e passando pelo logótipo.

O papel da internet e da fotografia para a divulgação, e promoção, destas práticas desde os primeiros trabalhos na cidade de Nova Iorque até à actualidade será igualmente aqui apresentado, assim como as novas possibilidades oferecidas pela internet, no que

toca ao leque de materiais e técnicas que a partir de então se apresentam disponíveis para os *writers* a uma escala mundial.

Ainda no seio da *street art* e do *pós-graffiti*, é explicada a forma como o contexto em que a peça é criada, ou onde o *writer* vive, influencia a leitura da peça, que apesar da repetição se torna única.

No capítulo seguinte, “A aceitação no mundo da arte”, surge desenvolvida a ligação entre a aceitação tanto da *street art* como do *graffiti* no mundo da arte, referindo as diversas tentativas de diferentes figuras no seio destas práticas. Devido à sua grande mediatização, e também como forma de esclarecer como se encontravam ligados ao *graffiti*, Jean-Michel Basquiat e Keith Haring serão apresentados. A questão da história da arte e da sua falta de interesse quanto ao estudo do *graffiti* e da *street art* será referida, bem como a tendência que tem vindo a surgir para se criar alguma motivação, principalmente em torno da *street art*.

Da mesma forma que outros países receberam o *graffiti*, Portugal também o recebeu, embora num contexto muito diferente. No quarto capítulo, “Portugal e as primeiras manifestações”, será apresentada a conjuntura que deu origem à prática, um pouco mais tarde que noutros locais do continente europeu, e será feita também feita uma apresentação da história do *graffiti* e dos seus intervenientes em território nacional, intervenientes estes que permitiram a sua evolução e posterior chegada da *street art*.

A popularidade que tanto o *graffiti* como a *street art* tem vindo a receber por parte de quem por ele passa motivou o surgimento de diversos projectos e eventos a nível nacional. Estes, para além de promover um olhar renovado, ou de criar uma imagem positiva em locais do país onde *graffiti* e *street art* ainda não tinham chegado, rapidamente se tornam numa nova forma de dinamizar a economia local, pois já é possível falar de um público fiel e que está interessado.

Surge por fim o último capítulo, “*Writers* e *Crews* em contexto nacional” a apresentação de alguns dos intervenientes, tanto do *graffiti* e da *street art*, apresentando também a diversidade de práticas que actualmente existe em território português.

No trabalho que aqui se apresenta não será mencionada a questão da classificação do *graffiti* ou da *street art* como forma de arte ou vandalismo, que muitas vezes surge desenvolvida em diversos trabalhos. Esta questão parece manter-se num campo muito

ligado à subjectividade e dependente, principalmente, do percurso que o observador levou a cabo até se encontrar com a peça.

Acima de tudo o *graffiti* é uma prática ligada à cidade, que não parece perder força apesar dos seus mais de 40 anos de existência e que aposta na constante renovação e na qualidade. Procura ainda afastar-se das instituições que começam hoje a ganhar algum interesse no seu estudo.

1. Origens

Falar de *graffiti* é falar de um movimento com diversas características que podemos considerar notáveis. No entanto, a mais notável entre todas trata-se das semelhanças que podem ser observadas ao longo da sua história (Haks & Hoekstra, 1992: 4). O *graffiti* corresponde à mais antiga forma de arte não sancionada, da qual evoluíram todas as manifestações estéticas ou radicais feitas em espaço público (Mccornick, 2010: 50). Este correspondeu numa primeira fase à inscrição de marcas, adquirindo rapidamente características distintas daquelas a que muitas vezes era associado.

Mas falemos primeiro da origem do termo. Definir o que é o *graffiti* trata-se de uma tarefa complexa. Não só quando falamos da sua semântica, mas também da definição académica – onde encontramos alguma variedade –, e daquela que o cidadão comum faz do mesmo. No que toca à semântica, o termo ‘*graffiti*’ provem do termo latino *graphium*, do infinitivo grego γράφειν¹ – *graphein* –, traduzido como ‘escrever’. O termo carrega também uma referência visual, como o que acontece com os ideogramas (Danysz, 2011: 16). Assim, *graphein* corresponde ao infinitivo de ‘riscar’, ‘esgravatar’, ‘raspar’, ‘gravar’, ‘rabiscar’. Actualmente considera-se que o termo *graffiti*² partilha uma ligação com o termo italiano (*s*)*graffiare*³, que corresponde à forma do plural de (*s*)*graffito*⁴. Tem como significado algo como ‘riscar’ e é designado como um tipo de marca ou inscrição feita em muros ou paredes (Smith-Lucie, 1995: 99; Campos, 2010:

¹ γράφειν (*graphein*) – voz activa no infinito de γράφω (*grapho*). γράφω – A – v. tr. 1 – escrever, redigir; [...] 2 – legar, deixar; [...] 3 – registar; [...] 4 – (máquina de escrever, computador) bater; [...] 5 – publicar; [...] 6 – inscrever; [...] 7 – multar; [...] 8 – prestar exames; [...] 9 – gravar; [...] 10 – marcar, indicar; [...] B – v. int. 1 – escrever; [...] 2 – ter exames; [...] C – v. impers. Estar escrito. (Maniatoglou, 2010: 358)

² Apesar de se tratar do plural, o termo foi apropriado de forma a ser empregue tanto no singular como no plural: Um *graffiti*, dois *graffiti*. Por vezes surge também a utilização do termo *graffitis*, para o plural.

³ **Graffiare** - v. tr 1 arranhar, agatanhar, agadanhar, esgadanhar; [...] 2 (fig) ofender, magoar; 3 surripiar, bifar, roubar. (Mea, 2009: 464)

Sgraffiare e deriv. -> **graffiare** e deriv.

⁴ Sgraffito - acto de arranhar.

77 a 79), encontrando-se uma ligação com as marcas encontradas na arquitectura da Roma Antiga (Danysz, 2011: 17). Ainda hoje o *sgraffito* é conhecido como uma técnica empregue na cerâmica e também conhecida como uma técnica utilizada no Renascimento.

As origens deste movimento são ainda pouco claras, pouco definidas. É dito por alguns autores que o *graffiti* está presente na história da humanidade desde os seus primórdios (Laemmermann, 2012: 12), surgindo como uma forma de arte não oficial (Lewisohn, 2007: 26), e estando representada das mais diversas formas até chegar à actualidade. No entanto, vários são os aspectos questionáveis quando falamos de arte rupestre, tornando-se esta numa questão problemática, uma vez que não é possível saber até que ponto esta arte se pode considerar uma arte não oficial. Sabe-se apenas que poderiam tratar-se de partes de um ritual, sendo assim praticada pela comunidade (Lewisohn, 2007: 12).

As formas mais antigas do que podemos considerar *graffiti* podem ser localizadas no Egipto, se bem que são poucos os seus exemplos, e não incluem os hieróglifos, que eram socialmente sancionados. Só mais tarde, nomeadamente em Pompeia, é que é possível reencontrar exemplos em maior número, que só receberam algum interesse por parte dos visitantes da cidade cerca de finais do século XVIII e do século XIX (Lewisohn, 2007: 27). Lord Byron foi um dos diversos praticantes, tendo deixado de forma repetida o seu nome inscrito pelo templo de Poseidon, no Cabo Sunião, Grécia (Laemmermann, 2012: 14). O *graffiti* de Pompeia consistia em inscrições de palavras e poesia, com pouco recurso a imagens. Tratavam-se então de poemas ou de obras de carácter obsceno, podendo encontrar-se também alguns poemas de amor escritos directamente nas paredes da habitação do destinatário. É conhecida a existência de murais na cidade, se bem que não são considerados como parte do *graffiti*, pois eram contratados artistas para a sua execução. No entanto, podemos identificar a existência de dois tipos de *graffiti* na cidade: aqueles que eram pintados nas paredes e que eram gravados nas mesmas. Em Pompeia não é possível aplicar a ligação entre território e áreas em declínio social, pois este não se circunscrevia a áreas específicas, e os seus praticantes não correspondiam a uma única classe social (Lewisohn, 2007: 27).

No mundo romano, o *graffiti* era habitualmente associado à política e tratava-se de uma forma popular de responder às autoridades, onde podiam ridicularizá-las ou ainda

protestar contra as mesmas. A partir do reinado de Nero o *graffiti* perde força e só mais tarde é reencontrado.

Este reencontro acontece na Idade Média, onde é visível nas paredes exteriores de algumas igrejas. Há também referências à sua existência no tempo de Shakespeare, vivendo também no seio da história moderna. No século XIX dá-se uma viragem face à sua aceitação por parte da opinião pública, passando a sua execução a ser relacionada com as classes operárias, afastando-se claramente dos detentores da cultura, a elite de então (Lewisohn, 2007: 27).

O *graffiti* é ainda hoje visto como uma ofensa social, sendo marginalizado e perseguido não pelo seu carácter violento ou perigoso, mas porque ignora a definição de espaço pessoal do corpo político (Mccornick, 2010: 50). Estes artistas vão para além da conhecida frase de Duchamp «Isto é arte porque eu digo que é», pegando na esfera dos outros e criando a sua própria tela, utilizando a apropriação de uma forma perigosa.

Um pouco por todas as grandes cidades mundiais podemos encontrar os mais diversos tipos de texto: desde nomes de ruas, jornais, preços, menus, etiquetas, mapas, publicidade, entre outros. O *graffiti* faz parte deste conjunto, como comentário pessoal, alarmante ou poético, por vezes devasso, desrespeitoso, acompanhando o texto oficial, provavelmente desde a sua criação (Riout, 1985: 5). Desde o seu ressurgimento, cerca de 1970 nos Estados Unidos da América, que o artista encara a cidade como uma tela branca, pronta a ser trabalhada por si, despertando a sua criatividade e criando um tipo de arte com uma dimensão nunca antes vista no que diz respeito à arte pública (Mccornick, 2010: 10).

O *graffiti* está assim imbuído de uma actualidade particular, que é possível devido a três factores. Primeiro, pela sua abundância, claro sinal de uma renovada vitalidade. Se tomarmos a devida atenção, podemos descobri-lo um pouco por toda a parte, por vezes visíveis, por vezes através de uma camada de tinta que os tentou esconder. Em segundo lugar, a diversidade de estilos – apenas possível com a também grande diversidade de materiais disponíveis que tem vindo a surgir – variando da típica apropriação da imagem. Por último, esta multiplicidade de estilos e materiais provém de uma vontade de os unir. Podem ser mensagens políticas, expressões de conotação sexual ou lúdica, que se ligam a um conjunto de estratégias de comunicação e de promoção artística.

De natureza efémera, celebra a mudança e alimenta-se da novidade. Tudo à sua volta pode ser utilizado como inspiração para o trabalho do artista (Manco, 2004: 7). O espaço da cidade é alterado, tornando-se em terreno fértil para novas formas, técnicas e tácticas (fig. 1). A partir do momento em que notamos a presença de um autocolante numa paragem de autocarro, um *stencil* numa parede ou na estrada, ou outro qualquer tipo de trabalho na rua, entramos numa dimensão diferente daquela em que anteriormente nos encontrávamos, onde a monotonia das deslocações para o emprego, ou qualquer outro tipo de viagem é rompida, iniciando-se a partir de então uma busca por marcas de criatividade inesperada (Mccornick, 2010: 10). Tal como aconteceu anteriormente, o artista sabe que a imagem e a ideia existem para ser combinadas, à medida que vão disseminando o seu trabalho um pouco por todo o globo.

O estudo do *graffiti* surgiu numa primeira fase no seio de um contexto puramente histórico e académico. Foram os especialistas em epigrafia antiga os primeiros a debruçar-se sobre o estudo destas marcas. Desde o século XVII que Antonio Bosio havia trabalhado sobre as catacumbas Romanas, mas foi o padre jesuíta Raffaele Garrucci que mais divulgou os *graffiti* antigos e introduziu o termo nas suas pesquisas. É em meados do século XIX que publica os seus estudos sobre Pompeia e Roma (Riout, 1985, 10). A partir de então os estudos realizados compreendem a geografia e a recolha de conhecimentos sobre os mesmos. A palavra *graffiti* não existia nas enciclopédias anteriores ao século XIX, pois era muitas vezes confundido com inscrições.

A primeira revista a focar-se nos *graffiti* de casa de banho é lançada em 1904, com o nome de *Anthropophyteia* (Ganz, 2004: 8). O *graffiti* foi também utilizado como meio de comunicação com um maior número de pessoas: temos o exemplo dos Nazis, que utilizavam as paredes para transmitir a sua propaganda contra judeus e dissidentes, e em simultâneo por grupos alemães, inconformados com o regime e com Hitler, que durante 1942 distribuíram panfletos e pintaram mensagens nas paredes, sendo capturados em 1943. Foi também utilizado durante as revoltas estudantis das décadas de 1960 e 1970, onde os manifestantes apresentavam as suas ideias nas paredes através de *posters* ou de pinturas. Os estudantes franceses voltaram-se para o uso dos '*pochoirs*'⁵, tornando-se precursores do movimento do *stencil*.

⁵ Palavra em francês para '*Stencil*'

Sabemos que, durante a segunda guerra mundial surgiu o que hoje podemos chamar de *graffiti* moderno. Cerca de 1942 surge uma imagem e uma frase facilmente reconhecíveis: «KILROY WAS HERE»⁶. Tratava-se de um trabalhador de uma fábrica de armamento em Detroit, no estado do Michigan, com o nome de Kilroy (fig. 2). Este tinha por hábito deixar a sua marca nas bombas inspeccionadas por si, escrevendo «Kilroy was here». Após a chegada destas bombas ao continente europeu, Kilroy tornou-se famoso entre os soldados, que começaram a escrever a sua frase nas paredes que se mantinham em pé após os bombardeamentos, como forma de provocar as forças inimigas (www.kilroywashere.org; Mccornick, 2010: 52; Danysz, 2011: 18; Laemmermann, 2012: 524).

Há actualmente um grande interesse em estudar este movimento, principalmente no campo da antropologia e da sociologia, como reflexo de uma cultura cada vez mais ligada à imagem. Em território nacional trata-se ainda de um campo pouco explorado no que diz respeito à história da arte, ao contrário de outros países onde tem vindo a desenvolver-se de uma forma muito acelerada.

Realizar qualquer tipo de *graffiti* tornou-se numa forma de responder às mais variadas necessidades sociais, podendo tornar-se numa reacção contra a opressão, numa forma de protesto, numa forma de ser ouvido mantendo o anonimato, num acto de capacitação pessoal ou de grupo, ou ainda como linguagem secreta (Waclawek, 2011: 43). O movimento que viria a tomar de assalto a cidade de Nova Iorque cerca da década de 1970 viria também a englobar todas estas necessidades.

1.1. Estados Unidos da América e Europa

Podemos dizer que o *graffiti* se desenvolveu no seio de duas conjunturas diferentes: nas cidades norte-americanas de Filadélfia e Nova Iorque (Danysz, 2011: 35; Lewisohn, 2007: 31; www.at149st.com), e no continente europeu a partir das manifestações estudantis (Haks & Hoekstra, 1992: 8; Ganz, 2004: 8). Na Europa este encontrava-se ligado às artes ditas “oficiais”, sendo exemplo disso o *graffiti* do Maio de 68, enquanto nos Estados Unidos da América a ligação com a contestação política e o pensamento filosófico é mais desligada, para se criar uma ligação com os meios de comunicação (Ferro, 2011: 56).

⁶ Em português “Kilroy esteve aqui”

Os resultados obtidos foram diferentes, mas com uma clara tendência para a homogeneização, com o avançar do tempo. Tal só foi possível devido à diferença de mentalidades existente. Também os caminhos escolhidos foram diferentes, pelo menos numa fase inicial, onde a realidade vivida se tornou num factor de claro distanciamento entre os movimentos.

1.1.1. Filadélfia e Nova Iorque: um movimento de jovens

O uso do *tag* – que podemos considerar como a primeira forma de *graffiti* –, teve início entre a década de 1950 e a década de 1960 (Waclawek, 2011: 10), na cidade de Filadélfia, sob a mão de um grupo de jovens, de onde se destacaram nomes como CORNBREAD (aka Darryl A. McCay), COOL EARL e TOP CAT. Foi a partir dos seus trabalhos que ficou definido o papel do *writer* contemporâneo e parte daquilo que diz respeito à obtenção da fama. Tratava-se do uso da assinatura como elemento pictórico, que viria a desenvolver-se de forma ilegal.

A par dos restantes tipos de *graffiti*⁷, nos finais da década de 60 já existia na cidade de Filadélfia uma subcultura com um estilo muito próprio, caracterizado por caracteres alongados com plataformas na parte inferior das letras, que mais tarde ficaria conhecido como ‘*Broadway Elegant*’⁸ (Danysz, 2011: 36). Foram vários os *writers* que emergiram na cidade de Filadélfia, criando as mais diversas *crews* e os mais diversos estilos. *Crews* como os *Philly’s Wicked*, com uma produção muito activa e um estilo enérgico. Deformavam os caracteres até se tornarem ilegíveis para aqueles que não estavam incluídos na comunidade. Os seus principais membros eram KAD, RAZZ, ESPO, CURVE, RAKAN e BOZA (Danysz, 2011: 36)

Acredita-se ainda que esta cidade seja o berço dos primeiros trabalhos com tinta em *spray*. Sem o saber, este grupo de jovens estava a dar início a uma moda que se tornaria no estilo de vida de milhares de jovens por todo o mundo (Waclawek, 2011: 12) e naquele que se pode considerar como o movimento artístico do século XXI. É em meados de 1972 que CORNBREAD abandona o *graffiti writing* (Danysz, 2011: 36), deixando para trás o seu conhecido *tag*, com uma coroa sobre o B.

⁷ Existiam também os *graffiti* de carácter político, os chamados *graffiti* de casa de banho e os *graffiti* pertencentes a gangues da cidade, cada um com as suas especificidades. (Waclawek, 2011: 12; Laemmermann, 2012: 320).

⁸ Também conhecido como *Broadway style*, foi trazido para a cidade de Nova Iorque pelo *writer* originário de Filadélfia, TOP CAT 126 (Chalfant & Prigoff, 1998: 42).

Dá-se a partir de então uma explosão de nomes nos edifícios e transportes públicos da cidade. Estes correspondiam a produções ligadas a gangues que reflectiam a realidade vivida pela nação. Exemplos deste tipo de trabalho podem ser vistos no filme *West Side Story*, e a ele é atribuída uma história e tradição próprias (Lewisohn, 2007: 31).

O movimento atinge a cidade de Nova Iorque no final da década de 1960 (Danysz, 2011: 37), tendo-se possivelmente iniciado na zona de Washington Heights, em Manhattan. Nova Iorque tratava-se de uma cidade que mantinha lado-a-lado duas realidades bastante diferentes lado-a-lado: a pobreza vivida no bairro de Harlem e o mundo glamoroso da Broadway⁹ (Ganz, 2004: 9). A auto-afirmação e a rebeldia perante as instituições estatais fizeram surgir novas formas culturais, favoráveis às minorias étnicas que eram então vítimas de marginalização nos guetos da cidade (Almeida, 2006: 37). Fazer *graffiti* não se circunscrevia a uma raça ou etnia, sendo possível encontrar *writers* negros, brancos e latino-americanos. Existia no entanto uma ideia pré-concebida de que os *writers* não eram brancos, o que dificultava a obtenção de latas tanto para os negros como para os latino-americanos.

É apontado o nome do *writer* JULIO 204¹⁰ (www.at149st.com) como o percussor da actividade nas ruas da cidade de Nova Iorque, espalhando o seu *tag*, onde combinava o número da rua onde morava, com o nome escolhido para o seu *tag* (Chalfant & Prigoff, 1998:7). Eis que o chamado *tagging* ou *hitting* se inicia no interior das carruagens de metro¹¹, através do surgimento de *writers* não pertencentes a gangues (fig. 3 e 4). Tratavam-se de *writers* que buscavam o reconhecimento fora dos locais onde viviam e que, tal como CORNBREAD, buscavam a fama.

O primeiro desses novos *writers* surge com o nome de TAKI 183 (fig. 5), cerca de 1969 (Lewisohn, 2007: 31; Danysz, 2011: 37). De origem grega, o jovem Demetrius ou TAKI, vivia na 183rd street em Washington Heights, Manhattan. Levava uma vida dupla: trabalhava como mensageiro e deixava a sua marca um pouco por toda a cidade (Cooper & Chalfant, 1998: 14). Utilizar a rede de transportes públicos durante todo o

⁹ Nova Iorque correspondia simultaneamente a um local onde era possível viver-se uma boa vida, com estabilidade social com oportunidades de mobilidade e uma selva de asfalto, onde predominava a pobreza, o crime e as desigualdades. Desde a década de 1950 que se havia iniciado uma renovação urbanística, que resultou com o afastamento dos mais pobres do centro da cidade, aumentando as já existentes tensões sociais (Ferro, 2011: 59).

¹⁰ JULIO 204 era membro de um gangue, deixando o seu *tag* apenas no seu bairro. (Danysz, 2011: 37)

¹¹ Quando falamos em metros, falamos nas composições utilizadas pelo metropolitano.

dia permitiu-lhe deixar a sua marca, o seu *tag*, pela cidade, com alguma facilidade, sendo, por vezes, acompanhado de outros *writers*. Apesar de ter sido um dos primeiros *writers* da cidade, não pode ser considerado o primeiro *king* na história do *graffiti*, pois antes dele já CORNBREAD se havia autoproclamado *king* em Filadélfia, mas foi, com certeza, o primeiro a ser reconhecido pelos *media*¹² na cidade de Nova Iorque. Quando a 21 de Julho de 1971 o jornal *New York Times* publica «‘TAKI 183’ *Spawn pen pals*»¹³, este veio responder à cada vez maior curiosidade vivida pelo público em geral, quando olhava para os seus *tags*. A partir de então, TAKI é visto como um herói popular e, impressionados pela notoriedade atingida com o seu nome espalhado por toda a cidade, inúmeros jovens decidiram expandir a sua área de intervenção para além do seu bairro. Copiando o que TAKI havia anteriormente feito, centenas de novos *tags* surgiram em edifícios públicos e carruagens de metro. O *graffiti* tornava-se assim uma prática realizada por inúmeros jovens, atraídos pela fama e pela possibilidade de se afastarem da pobreza e dos guetos a que estavam habituados (Ganz, 2004, 9).

A fama atingida correspondia a uma forma de comunicação entre os vários membros da comunidade, trocando a informação entre várias partes da cidade (Danysz, 2011, 37). Para lá de qualquer tipo de *graffiti* existe um indivíduo, o chamado *writer*, que busca reafirmar a sua personalidade com aquela que pode ser classificada como a marca mais pessoal de todas, a sua assinatura. O que no início se tratava da inscrição do nome ou alcunha, combinado com o número da rua onde moravam, rapidamente se transformou no uso dos primeiros pseudónimos (Ganz, 2004: 9). Escrever o nome em locais com grande visibilidade tornou-se uma necessidade, e funcionava como garantia de que um público mais alargado iria observar os seus trabalhos, independentemente das suas origens, tornando o conjunto de espectadores algo infinito. As dimensões do *tag* foram aumentando, evoluindo para o *throw-up*, até que atingiu a dimensão de uma *‘piece*. Ocupou então a primeira carruagem do metropolitano de Nova Iorque. Não se trata no entanto de uma fama ligada à identidade pessoal do *writer*, mas sim ligada à sua marca, ao seu *tag* (Lewisohn, 2007: 43). Esta podia surgir pela quantidade massiva de *tags* ou pelo estilo próprio, muito valorizado pela comunidade.

¹² Já CORNBREAD havia estabelecido uma ligação com os *media*, através da ligação entre vários jornalistas. Muitas vezes estes trocavam ideias entre si através das suas colunas, como forma de incitar CORNBREAD a marcar pontos específicos, como aconteceu com a ideia de pintar o jacto dos Jackson Five quando estes aterrassem em Filadélfia (Danysz, 2011: 36) ou um elefante no jardim zoológico (Ganz, 2004: 8)

¹³ Entrevista disponível em: <http://graphics8.nytimes.com/packages/pdf/arts/taki183.pdf>

O trabalho do *writer* tem que ser visto e tem que ressoar com o ambiente que o envolve. A cidade é um lugar familiar para o *writer*, e tornara-se num espaço aberto a novas descobertas. O simples facto de se tornarem alvos das autoridades eleva os níveis de adrenalina que correm nas suas veias, levando-os a procurar atingir novos níveis, para além da lei.

É com o que podemos chamar de segunda geração de *writers* que o *graffiti* em Nova Iorque evolui. Nomes como SEEN (fig. 9), DONDI (fig. 8), BLADE (fig.10) ou IZ the WIZ tornaram-se rapidamente heróis para uma comunidade ainda em crescimento, graças à qualidade e à quantidade dos seus trabalhos. *Taggar* uma carruagem de metro, - tanto no interior como no exterior (fig. 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10 e 11) –, o que já era feito pela visibilidade que possibilitava aos trabalhos dos *writers* devido à quantidade de passageiros que transportava diariamente, torna-se rapidamente numa prática comum, sendo impossível encontrar metros que não tenham sido pintados na totalidade, pelo menos uma vez.

A competição existente entre *writers* é travada através da qualidade dos seus trabalhos, procurando evitar a confrontação física ou verbal. No entanto esta podia existir, especialmente quando surgiam campanhas de *crossing* levadas a cabo por alguns *writers*. Começam então a surgir novos *writers* por toda a cidade e pelos diversos bairros, procurando mostrar o melhor nos seus trabalhos. Desta grande competição entre os *writers* dos diferentes bairros surgiu um movimento artístico com uma estonteante velocidade de expansão. Em apenas cinco anos, o movimento passou da mera utilização do *tag* para um movimento totalmente formado, onde o preenchimento das carruagens com os melhores trabalhos assumia um papel importantíssimo na criação da reputação de um *writer* (Lewisohn, 2007: 31). Pintar uma carruagem de metro torna-se ainda mais importante que antes, atingindo novas escalas.

O *graffiti* surgiu pelas mãos de adolescentes. Sendo um grupo criado por estes, foi mantido pelos mesmos, que o achavam ‘divertido’ e ‘cool’, vendo nele uma forma de se tornarem ‘alguém’ no seio de uma sociedade que constantemente os lembrava daquilo que não eram (Chalfant & Prigoff, 1998: 7).

Trata-se de um fenómeno sem precedentes na história do Homem: surge na cidade de Nova Iorque, nas décadas de 1970 e 1980, graças à vontade de criar arte de um grupo de jovens desapossados e vítimas de exclusão social. Estes utilizaram como inspiração as

mais diversas linguagens visuais presentes no seu dia-a-dia, sendo possível encontrar nos seus trabalhos figuras como Fred Flintstone (fig. 9), outras personagens de banda desenhada, de filmes ou de séries de televisão, ou mesmo elementos presentes em publicidade. Tudo pôde ser incluído e servir como inspiração para os seus trabalhos, pois para além de moldarem as suas vidas, permitiam formar uma moda diferente, subvertendo a clareza da mensagem para criar mensagens distorcidas, ilegíveis que representavam o seu individualismo (Waclawek, 2011: 47).

1.1.2. A cultura *hip-hop*

Podemos dizer que existem semelhanças entre o *graffiti* e a cultura do *hip-hop*: para além de ambos terem surgido na mesma época e na cidade de Nova Iorque, encontramos, uma ligação aos gangues e ao South Bronx – local do nascimento do *hip-hop*. Também não podemos esquecer a energia e impulsividade que tanto o *graffiti* como o *hip-hop* transmitem, assim como as conhecidas batalhas travadas entre *writers*, no caso do *graffiti*, e MCs, DJs ou *breakdancers*, no caso do *hip-hop*. Por fim, também a diversidade étnica presente em ambos os casos é semelhante (Waclawek, 2011: 56).

A cultura do *hip-hop* nasceu no seio de uma necessidade de resposta por parte de jovens pertencentes às minorias marginalizadas face à realidade social em que viviam. Esta representava assim uma forma de resistência que rapidamente se tornou numa linguagem icónica a nível mundial, num grande fenómeno de renovação cultural (Almeida, 2006: 38).

A chegada da cultura do *hip-hop*¹⁴ marcou a evolução do *graffiti*, e a sua divulgação, para além das cidades norte-americanas, a uma escala mundial (Danysz, 2011: 46). O *graffiti* coube na perfeição no mercado que consumia o *hip-hop*. Possivelmente nascido na década de 70, era tido como uma forma de expressão musical e associado a uma subcultura originária da comunidade negra e hispano-americana, no seio do bairro do Bronx (Laemmermann, 2012: 46). Assume-se rapidamente como uma cultura de rua, utilizando todo o tipo de recursos presentes no quotidiano para se expressar.

O *hip-hop*¹⁵ integrava três vertentes expressivas: *rap*, *breakdance*, e *graffiti*. Actualmente são consideradas como manifestações *old school*. O *rap* corresponde à manifestação musical do *hip-hop*. Com origens no canto falado da África ocidental e

¹⁴ Este era originalmente constituído pelo DJing e pelo MCing.

¹⁵ Podemos falar da existência de um conjunto de pilares na fase inicial do *hip-hop*: MCing, DJing, B-boying e *graffiti writing*.

adaptado à música jamaicana na década de 1950, foi influenciado pela cultura negra presente nos guetos americanos (Almeida, 2006: 37).

Rap, *breakdance* e *graffiti* funcionavam como um todo – sendo encaradas como uma forma performativa –, e como expressões interdependentes e coerentes no seu seio. A cultura do *hip-hop* pressupunha a partilha de modelos e práticas culturais distintas e interligadas. Um membro deveria, de uma forma idealizada, participar em todas as vertentes deste movimento cultural, sendo participante activo e consumidor (Campos, 2007: 270). No seu melhor, o *hip-hop* veio dar voz àqueles que não a tinham e mostrou o seu talento e ingenuidade artística. No seu pior, reflectiu o que de pior existia na chamada cultura *mainstream*, que tanto procurou combater: o sexismo, a homofobia, o materialismo, o racismo e a apatia quanto ao intelectualismo (Laemmermann, 2012: 47). Para muitos dos futuros *writers*, o primeiro contacto com o *graffiti* aconteceu durante concertos de *hip-hop* (Chalfant & Prigoff, 1998: 8).

Sob a figura de *Afrika Bambaataa*, o fundador da *Universal Zulu Nation*¹⁶, o *hip-hop* ganha uma maior visibilidade (Campos, 2007: 269). Cerca de finais da década de 70, o *hip-hop* ganhou importância a nível da comunicação social, com a publicação do artigo “B Beats Bombing Bronx” pela revista *Billboard*, que comentava o fenómeno local e mencionava nomes importantes como *Kool Herc*¹⁷,

O *hip-hop* tornou-se rapidamente num bem mercantilizado, disponível para a grande comunidade de consumidores. O *rap*, a sua vertente musical, ganhou um elevado potencial comercial, sendo assimilado pela indústria discográfica (Campos, 2007: 270). Com a criação da *Def Jam Records*¹⁸, na primavera de 1984, a cultura do *hip-hop* viu-se

¹⁶ Organização baseada nos princípios de paz, amor, unidade e diversão. Existiam aulas para transmitir conhecimentos em diversas disciplinas com a finalidade de moldar os jovens pertencentes aos gangues dos bairros de Nova Iorque.

¹⁷ O DJ jamaicano Clive “Kool Herc” é tido como o pioneiro para a música *hip-hop*. Combinando as tradições que conhecia da sua terra natal, de onde se mudou para o Bronx quando tinha treze anos. Utilizando trechos de músicas do estilo funk – sendo utilizadas as partes mais apropriadas para a dança –, isolava-os e repetia-os de forma a aumentar a duração das festas. A quem dançasse as suas músicas, chamava *b-boy* ou *b-girl*. Mais tarde outros DJs como *Grand Wizard Theodore* e *Jazzy Jay* refinaram a sua técnica e desenvolveram o uso de *breakbeats*. O seu estilo foi fortemente copiado. (Laemmermann, 2012: 48)

¹⁸ Os seus fundadores, *Rick Rubin* e *Russell Simmons*, ambicionavam fazer discos de que gostassem. Ambos encontraram no rap uma paixão que ajudou a criar aquele que hoje é uma das maiores empresas discográficas (<http://www.facebook.com/notes/def-jam-recordings-the-first-25-years-of-the-last-great-record-label/def-jam-recordings-the-first-25-years-of-the-last-great-record-label/222025761162649>).

Ainda hoje, a *Def Jam Records* engloba um conjunto de diversas empresas discográficas – como a *Island* ou a *Vertigo* –, e é conhecida por representar grandes nomes como *Jay-Z*, *LL Cool J*, *Beastie Boys*, *Snow Patrol*, *Bon Jovi*, entre muitos outros, para além do *rap* (<http://www.islanddefjam.com/about.aspx>).

redefinida, iniciando-se a divulgação do rap americano e da cultura *hip-hop* a uma escala mundial (Ferro, 2011: 58).

Com a década de 1980, dá-se uma alteração no seio do *hip-hop*. O seu carácter festivo é trocado por um carácter contestatário, com a forma de reivindicação social (Ferro, 2011: 58). Em inícios da década de 1980 dá-se uma explosão de vídeos e livros que promoviam e descreviam o *rap*, o *break-dancing* e o *graffiti*, tornando os seus pioneiros em heróis. A sua expansão vai para além da sua circunscrição original, provocando alterações na forma de produzir e consumir a cultura *hip-hop*, que deixa de ser uma experiência sociocultural localizada, para se tornar em mais um elemento reproduzível e vendável à escala mundial. A chegada dos vídeos de música glorificou os bairros urbanos. Foi também neste período que surgiram alguns dos filmes relacionados com a cultura *hip-hop*: *Wild Style*, *Beat Street* e o documentário *Style Wars*, lançados entre 1982 e 1985.

A cultura do *hip-hop* funcionou como mais uma forma de cativar os jovens destes bairros, mantendo-os afastados dos gangues através da criação artística. No entanto não é aconselhável falar-se de uma ligação entre a cultura *hip-hop* e o *graffiti*. Se bem que ambos surgiram e atingiram novas escalas em semelhantes períodos, não se encontravam tão profundamente ligados como poderia parecer. As influências exercidas pela cultura *hip-hop* não atingiram da mesma forma toda a comunidade de *writers*, o que não significa que não existissem *writers* que se mantinham envolvidos também no *hip-hop* (Waclawek, 2011: 56). Podemos dizer que o *graffiti* se tornou na escolha mais lógica para a linguagem do *rap* e de toda a sua cultura de rua. Ambas as culturas foram encaradas como alternativas à participação nos gangues da cidade, ambas requeriam poucos instrumentos para a sua execução e ambas promoviam a expressão pessoal no seio de uma comunidade de jovens que procurava socializar enquanto desenvolvia actividades criativas (Waclawek, 2011: 58).

Aquilo que actualmente é a cultura *hip-hop* corresponde a um movimento com trajectórias próprias, distanciadas das orientações originais. Aceitando esta abertura à comercialização, o *hip-hop* pôde difundir-se, numa primeira fase, para outras cidades norte-americanas e mais tarde para o resto do mundo. Graças à sua disseminação, vários foram os futuros *writers* que contactaram com a realidade do *graffiti* em concertos de *hip-hop*, muitas vezes com a presença da *Rock Steady Crew* (Chalfant & Prigoff, 1998: 8). Como mais tarde será entendido, também as diferentes regiões onde vai chegar o vão

alterar, não sendo possível falar de um movimento com um modelo único e universal, válido para todos contextos (Campos, 2007: 271).

1.1.3.A questão da fama

A fama marcou o *graffiti* desde os seus primeiros passos. Quando CORNBREAD ou TAKI 183 deixavam os seus *tags* pelas suas cidades, procuravam ganhar visibilidade e combater o cinzentismo a que estavam votados, como habitantes de meio urbano. Interessava-lhes promover o seu nome, o *tag*, de forma a obter um estatuto mais elevado (Monmagnon, 1996: 2).

Esta visibilidade é tida como uma motivação e não apenas como uma característica. Rapidamente se encontrou uma estratégia apropriada para o *graffiti*, fundamentada na quantidade e na qualidade (Campos, 2007: 276). Quando falamos de quantidade, falamos de uma presença assídua do *writer* na cidade, através das suas produções, de uma forma visível. Já no que diz respeito à qualidade, falamos de um apuramento técnico e estético que deve ser levado a cabo pelo *writer* ao longo dos seus trabalhos. Exemplo disso mesmo aconteceu após a entrevista de TAKI 183 ao jornal The New York Times. Com o grande aumento de *writers* deixou de ser suficiente deixar o seu *tag* espalhado pela cidade, sendo necessária uma constante inovação no seu trabalho e nos locais onde era deixado.

É neste contexto que pintar carruagens do metropolitano se torna num importante desafio para os *writers* de Nova Iorque: oferecia prestígio e fama, possibilitava a espontaneidade, oferecia algum perigo¹⁹, permitia a comunicação com a comunidade e aumentava a competição (Waclawek, 2011: 48). No início apenas o interior das carruagens era pintado, pela relativa facilidade com que os *writers* podiam escrever o seu nome e sair da carruagem mantendo o anonimato, mas rapidamente começaram a surgir trabalhos no exterior das carruagens (fig. 4).

Pintar metrolitanos permitiu um avanço em termos estilísticos e técnicos. Rapidamente os *writers* compreenderam que a lata de *spray* facilitava o preenchimento de áreas maiores, possibilitando o surgimento de novas tipologias de trabalhos, as *pieces* (Cooper & Chalfant, 1998: 17), mas também a comunicação entre os vários

¹⁹ Muitas vezes arriscavam a vida enquanto pintavam devido ao terceiro carril, que se mantinha ligado. Caso o pisassem, significaria a morte por electrocussão. Podiam também pintar sob plataformas elevadas, onde o mínimo descuido poderia significar a perda do equilíbrio que resultaria numa queda de grande altura (Cooper & Chalfant, 1998: 6).

bairros. Ser ‘*all-city*’ tornou-se mais fácil, pois os seus *tags* podiam viajar por toda a cidade e assim ser vistos por um público maior (Waclawek, 2011: 48). Com a passagem para o exterior das carruagens, para além da maior visibilidade das peças, aumentou também a dificuldade.

Antes de pintar as carruagens do metro, estas eram escolhidas de acordo com a cobiça do *writer*. Os chamados ‘*flats*’ eram os mais populares, por se tratarem de carruagens de metropolitano mais antigas e de flancos lisos e pintados. Ao contrário destes, os ‘*ridgies*’ e os ‘*ding-dongs*’ (os últimos assim conhecidos devido ao sino que se ouvia quando as portas se abriam ou fechavam), de aço inoxidável e flancos enrugados, serviam apenas de suporte para *throw-ups* (Cooper & Chalfant, 1998: 23). Preferencialmente eram escolhidas as linhas onde o percurso era mais extenso, mostrando o conhecimento que os *writers* possuíam destas, dos parques ferroviários e locais de paragem dos metros quando não estavam em uso, bem como dos acessos e melhores caminhos para fugas rápidas. Era também em algumas estações que estes jovens se encontravam e trocavam informação entre si (Cooper & Chalfant, 1998: 23).

O tipo de trabalho que surgia no metro foi também sofrendo um processo evolutivo, de forma a responder às necessidades dos seus criadores e ao tempo disponível para a execução da peça pretendida²⁰. Começam então a surgir peças como os *top-to-bottom*, *end-to-end*, *whole cars*, *whole trains* e *panels* (figura 4 a 9). Quanto maior a dimensão do trabalho, mais tempo seria necessário para a sua execução, sendo em média necessárias entre três a quatro horas para preencher uma carruagem na totalidade e apenas cerca de quinze minutos, prolongando-se até ao máximo de uma hora, para a execução de um *throw-up* dependendo da dificuldade de execução da peça e do tempo de paragem do metro.

Apesar de representarem um importante papel na criação e manutenção de uma reputação, pintar metros não correspondia a uma actividade realizada por todos os *writers*. Alguns preferiram manter-se afastados dos metros e concentraram-se na execução de murais nos seus bairros, melhorando o seu estilo em paredes e em campos do chamado *American Handball*²¹ (figura 10). Existiam também *writers* que

²⁰ Cada carruagem tem cerca de 18.5 metros de comprimento e 3.7 metros de altura.

²¹ O *American handball* é um desporto em que os jogadores utilizam as mãos para atirar uma bola de borracha contra uma parede, de tal forma que o adversário a apanha no ressalto não a consiga atirar de novo contra a parede. Pode ser jogado por dois (*singles*), três (*cut-throat*) ou quatro jogadores (*doubles*).

trabalhavam tanto em paredes como em metros, sendo um exemplo disso LEE, que era *king* nos metros e era reconhecido no seu bairro (Chalfant & Prigoff, 1998: 8).

Pintar um metro exigia bastante preparação em casa. Tal como para outras *pieces*, os *writers* preparam esboços com antecedência, apontando o esquema de cores a utilizar. As cores devem ser reunidas ou pelo *writer* ou pelos diversos *writers* que vão pintar.

Quando um *writer* está em ascensão, dá início a uma tarefa monótona: de forma a obter mais fama, e progredir no seio de diversos competidores, este deve continuar a procurar a visibilidade, de uma forma interminável, para ser então recompensado com admiração e prestígio. Quando o *writer* decide terminar o seu trabalho, é rapidamente esquecido, deixando um espaço livre para novos *kings*.

No caminho para a fama, cada *writer* deve desenvolver o seu próprio estilo, sendo penalizado pela comunidade quando copia o estilo de outros *writers*. Quanto mais inovador for, maior será a visibilidade do seu trabalho e maior será a sua reputação. Para ajudar no desenvolvimento do seu estilo, o *writer* utiliza o *blackbook*²², onde para além dos seus trabalhos pode guardar trabalhos que *writers* mais experientes deixaram no seu caderno e que pode usar como modelos (fig. 13). Encontrar um estilo próprio não é fácil, exigindo o dispêndio de grandes quantidades de tempo e muito trabalho. Uma forma de melhorar a técnica passa pelo recurso à fotografia. Qualquer *writer* fotografa o seu trabalho não só para formar um arquivo pessoal, mas também como material de estudo (Cooper & Chalfant, 1998: 32).

Todo este jogo em torno da fama permite ao *writer* criar um sentimento de auto-estima, criar um círculo de amizades e reconhecimento de pessoas que nem sequer conhecem. As motivações resumiam-se a práticas inconscientes, do desejo de ser subversivo, de causar impacto, de representar de forma gráfica o que outros não queriam dizer (Danysz, 2011: 24).

1.1.4. A realidade europeia

Após um período agitado pelos protestos estudantis de finais da década de 1960, uma figura chave do *graffiti* europeu começa a descobrir a lata de spray como meio artístico. Harald Naegeli, natural de Zurique e com formação em psicologia, bem como muitos anos de desenho, tornou-se numa importante figura do *graffiti* europeu (Haks &

²² O *blackbook* pode corresponder também a um aglomerado de folhas ou outros materiais onde o *writer* testa as suas ideias (fig. 13).

Hoekstra, 1992: 27). As suas cruzadas nocturnas, sob o véu do anonimato, bem como as figuras que desenhava nos muros de Zurique fizeram dele um herói fantasma. Este recusou vender os seus trabalhos e inspirou-se na arquitectura, no urbanismo e na política. Infelizmente, o *graffiti* europeu conseguiu revelar a impotência dos *writers* nova-iorquinos face às suas pretensões artísticas²³.

Tal como aconteceu nos Estados Unidos da América, os jovens encontraram nas ruas o melhor local para os seus trabalhos.

O *graffiti* norte-americano surge através de várias cidades europeias como Paris, Berlim, Bristol e Londres, entre outras. A sua exportação era então feita directamente dos guetos nova-iorquinos para as galerias europeias (Ferro, 2011: 69).

Existia um fascínio por este novo estilo que nascia nos metros de Nova Iorque. Foram vários os europeus que, na década de 1970 viajaram até Nova Iorque e trouxeram consigo notícias deste fenómeno: alguém pintava as carruagens com novas formas de *lettering* e outras figuras, transformando as carruagens em autênticas tiras de banda desenhada móveis (Chalfant & Prigoff, 1998: 7). Este fascínio seguia a tendência de absorção de tudo o que surgia nos Estados Unidos, como forma de vislumbrar o seu futuro.

O primeiro local onde surgiu o *graffiti* norte-americano em galeria foi na cidade de Roma, na Galleria Medusa, após o seu proprietário, Claudio Bruni, ter descoberto os trabalhos de LEE QUIMONES em carruagens de metropolitano. LEE e FAB 5 FREDDY foram então trazidos para Roma, iniciando o que foi para muitos o primeiro contacto com o *graffiti*. Outro importante acontecimento foi a exposição organizada por Yaki Kornblit no Museu Boijmas Van Beuningen, em Roterdão, onde foram mostrados trabalhos de *writers* americanos como DONDI, FUTURA 2000, RAMELLZEE, SEEN, entre outros *writers* reconhecidos de Nova Iorque (Chalfant & Prigoff, 1998: 7). Yaki chegou de Amesterdão em 1983, à procura dos *writers* de que havia lido nos jornais de arte. Este planeava introduzir o *graffiti* no mercado de arte europeu, apresentando-o aos coleccionadores que anos antes haviam comprado *Pop Art*, criando entusiasmo económico e apoio para lançar o movimento a uma escala mundial. Yaki seleccionou

²³ Ao contrário dos *writers* americanos, os *writers* europeus procuraram desde o início a legitimação como movimento com valor artístico, aceite pelo mundo da arte. Quando este chegou ao continente europeu, chegou com um estatuto mais elevado que aquele que lhe havia sido atribuído nos Estados Unidos (Lewisohn, 2007: 35).

aqueles que podiam ser considerados como ‘veteranos’ dos metros, mas também aqueles que foram incluídos nas exposições de Nova Iorque na Galeria Fashion Moda, no Mudd Club, na exposição *New York/New Wave* do P.S.1, na Fun Gallery, entre outras exposições e galerias. Lançou assim exposições individuais dos *writers* escolhidos e culminou com a exposição dos seus trabalhos no Museu Boijmas Van Beuningen.

A Holanda era então vista como terreno fértil para esta prática. Uma juventude independente e rebelde vivia nas suas cidades, que provocavam com regularidade as autoridades. Já existiam *taggers* e *writers* ligados ao punk na cidade de Amesterdão, que inevitavelmente entrariam em contacto com os *writers* americanos nas inaugurações de Yaki, influenciando a expansão da pintura com *spray* e dando-lhe um pouco do que era o toque de Nova Iorque (Chalfant & Prigoff, 1998: 8).

No caso francês, a ligação ao *graffiti* era fruto de uma tradição. No final da década de 1960, as universidades estavam ocupadas por estudantes que exigiam a liberdade de expressão e de pensamento. Uma tempestade de palavras varreu as paredes, sendo por vezes comparado com o *graffiti* de Nova Iorque e o seu contexto. Com a chegada do Maio de 68, encontrávamos pelas paredes dois tipos de expressão: os cartazes e os *graffiti* (Riout, 1985: 61). Já antes de 1968 existiam nas paredes experiências de expressão gráfica e política, sendo que as intervenções dos situacionistas desempenharam um importante papel no aspecto da cidade, dando origem a acesas discussões (Riout, 1985: 61; Ferro, 2011: 69).

No entanto, a barreira criada com as diferenças de idioma (Haks & Hoekstra, 1992: 28) provocou um afastamento, sendo os *writers* francófonos reconhecidos pelos seus trabalhos com os chamados *pochoirs*. Alguns dos termos utilizados pelos *writers* norteamericanos foram então ‘afrancesados’, segundo o que servia melhor a cada grupo (Ferro, 2011: 69). Paris vivia uma realidade diferente daquela que encontrámos em Amesterdão: as exposições eram quase inexistentes e surgiu a tendência de zombar com a exuberância presente nas paredes trabalhadas pelos *writers* americanos havendo um sentimento de críspação entre *writers* e os *pochoiristes*, em que são alimentados mal-entendidos como o ‘*jambon buerre*’²⁴. Com poucas excepções, os *writers* apresentavam-se em grupos, e eram considerados como fenómenos socioculturais numa

²⁴ Palavra homófona de Jean Bombeur.

cidade ‘em festa’, em vez de serem encarados como artistas ‘sérios’ (Haks & Hoekstra, 1992: 28). Quando começam a surgir fenómenos como o *tag*, o *graffiti* é rapidamente estigmatizado, vendo-se cada vez mais afastado do tão desejado reconhecimento como expressão artística (Danyasz, 2011: 167).

O *graffiti* surge em França durante um período de grande heterogeneidade social, onde o desemprego e as vagas de emigrantes dos anos 60 haviam criado atitudes e comportamentos tidos como provocatórios e de falta de civismo, que potencializavam sentimentos de insegurança por parte de quem habitava as cidades. Os filhos dos emigrantes dão assim origem a uma classe apelidada de perigosa (Ferro, 2011: 70).

Graffiti e *hip-hop* em França viram-se inseridos em conjunturas diferentes daquelas onde haviam surgido nas cidades norte-americanas. No caso do *graffiti*, os *writers* provinham da classe média, sendo o contrário do que havia acontecido em Nova Iorque. Já o *hip-hop*, desenvolveu-se no seio de um pluriculturalismo com bases norte-africanas, subsaarianas e algumas francesas, também ao contrário do que acontecia no caso americano, onde este tem bases culturais africanas (Ferro, 2011: 70). A passagem da *Roxy Tour de Afrika Bambaataa* por Paris, em 1982, aumenta o interesse dos franceses pelo *hip-hop*, que a partir de 1985 se vê como uma cultura em declínio neste país. Ainda em finais da década de 1980 surge alguma revitalização, sendo este comercializado – com principal foco no *djing* e no *rap* – a partir de inícios dos anos 90, pela indústria cultural.

Os críticos de arte não reagiram da melhor maneira aquando da exposição de *graffiti* intitulada “*Graffiti Art: Artistes Américains et Français, 1981-1991*” no Musée National des Monuments Français, em Paris. Estes interpretaram as peças como expressões da patologia social, sendo ainda rejeitada por se tratar de profanação do espaço urbano. O campo da arte em França não estava ainda preparado para receber e reconhecer o *graffiti*, podendo ser considerado como ainda mais fechado que o norte-americano, quando se tratava da promoção deste movimento. Desde 2009 que parece existir alguma aceitação do *graffiti* como expressão artística, devido ao número de exposições organizadas em locais como o Grand Palais (“*Tag ao Grand Palais*” em Abril de 2009) ou na Foundation Cartier pour l’Art Contemporain (“*Né dans la rue: graffiti*” entre os meses de Julho e Novembro de 2009) (Ferro, 2011: 72).

Por toda a Europa o *graffiti* vai surgindo. No caso alemão, a década de 1960 é marcada por diversos acontecimentos, entre eles a construção do muro que separava leste e oeste em 1961 e mais tarde a nova versão do muro de Berlim com cerca de 3,5 metros de altura e pintado de branco (Danysz, 2011: 166). No lado ocidental vários artistas começaram a pintar o muro, enquanto os habitantes do leste não se podiam aproximar do muro. O muro tornou-se num local acessível a todos, recebendo a visita de Keith Haring em 1986. Sendo o lado ocidental ocupado por tropas americanas, a cultura do *graffiti* pôde também aqui desenvolver-se. Quando o muro é demolido e ambas as partes se encontram novamente unidas, parte da cultura do *graffiti* é perdida.

Pintar metropolitanos tornou-se também uma prática desenvolvida em diversos países, como é o caso de França, Reino Unido, Bélgica, Holanda, Suíça, Itália, Espanha e mesmo Portugal, entre muitos outros países do velho continente. Actualmente existem diversos *writers* que se deslocam de país para país para pintar metropolitanos. O continente europeu oferece inúmeras possibilidades, levando os *writers* a viajar na busca pelo terminal perfeito (Monmagnom, 1996: 3). Vários foram os *writers* nova-iorquinos que vieram para a Europa pintar metros, como forma de relembrar os velhos tempos. (Monmagnom, 1996: 4).

O *graffiti* europeu tornou-se mais conceptual, quando comparado com o original americano. Embora a vontade de absorver a novidade tenha sido grande, os *writers* europeus encontraram alguns desafios, como o quão restritas deveriam ser as regras criadas pela comunidade americana. É possível que os *writers* europeus estivessem um pouco atrasados estilisticamente, quando comparados com os *writers* norte-americanos, mas conceptualmente haviam escolhido novos caminhos (Lewisohn, 2007: 35).

1.2. A outra face da moeda

A utilização do termo “*graffiti*” surgiu pela primeira vez num relatório da New York City Transportation Authority em 1967 (Ferro, 2011: 60). Rapidamente este deixou de se tratar num objecto de curiosidade e fascínio para passar a ser visto como uma praga e como um claro sinal de poluição urbana. O combate ao *graffiti* ocorreu sob diversos *mayors*, e em vários períodos (Campos, 2007: 280). Até 1972 não existia qualquer tipo de lei contra o *graffiti* em Nova Iorque. Existia também um regulamento da Metropolitan Transit Authority (MTA) que proibia a comida e bebida nos metros e autocarros. Em 1967, surge um regulamento com cerca de trinta e nove directrizes, as

chamadas ‘boas maneiras do metro’, onde se incluía a directiva “não escrever *graffiti*”. Em 1972 o New York Times publica a declaração do presidente do concelho da cidade, Sanford Garelik, que refere uma guerra contra o *graffiti*, definindo-o como uma forma de poluição urbana. Poucos foram os *writers* condenados, as sanções eram mínimas, resultando muitas vezes na limpeza de metros durante o dia (Ferro, 2011: 61).

As campanhas de combate ao *graffiti* foram intensas, acompanhadas de fortes campanhas de propaganda levadas a cabo por entidades públicas e privadas. Os *writers* eram vistos como a causa dos problemas vividos nesse período, preocupando-se as autoridades com a utilização ostensiva da propriedade privada para a pintar, podendo assim transmitir-se uma sensação de enfraquecimento da mesma por parte dos habitantes da cidade.

A chamada primeira campanha anti-*graffiti* ocorreu entre 1971 e 1973, tendo sido organizada pelo *mayor* de Nova Iorque, John Lindsay²⁵ e não obtendo sucesso. Esta primeira tentativa não resultou devido à concentração de esforços na repintura das carruagens (Waclawek, 2011: 50). Não só forneciam novas telas aos *writers*, como as supostas penas atribuídas aos *writers* funcionavam como oportunidades de conhecer outros *writers* de toda a cidade e estabelecer missões em conjunto. A mão-de-obra, as medidas aplicadas e as sentenças estabelecidas não foram suficientemente severos para combater de forma bem-sucedida a força de vontade e a determinação dos jovens *writers*.

A partir do início da declarada ‘guerra’ começam a surgir missões, organizadas por vários *writers*, com vista a ‘atacar o sistema’ do metropolitano.

A segunda campanha surgiu entre 1980 e 1983, sob a liderança do *mayor* Edward Koch (em funções entre 1979 e 1989). Esta teve como derradeiro resultado a passagem do *graffiti* das paredes das carruagens, para as paredes da cidade. Koch considerava que os *writers* contribuíam para a elevada criminalidade presente na cidade, bem como para a geral falta de ordem cívica (Waclawek, 2011: 54). A ideia de que os cidadãos viviam com receio devido à presença destes elementos foi tornada em principal motivo para o feroz combate contra o *graffiti* pois, segundo Koch, poderia encorajar outro tipo de crimes mais violentos. Sem a presença do *graffiti*, a cidade poderia emergir como o

²⁵ É durante o seu mandato que surge a proibição de venda de latas de *spray* a menores de idade (Danysz, 2011: 160).

reflexo da lei e ordem, aumentando a moral dos seus habitantes. Esta era uma perspectiva que defendia que a aparência por si só poderia melhorar a qualidade de vida na cidade²⁶. Toda a acção foi desenvolvida de forma diligente para essa campanha de limpeza das carruagens. Os trabalhadores do metropolitano teriam então a tarefa de limpar os metros após cada volta. Mais tarde Koch admitiu que a rede metropolitana possuía maiores problemas que o *graffiti*. No entanto, este conseguiu reposicionar o *graffiti* não só como um crime, mas também como uma metáfora para a crise vivida na cidade. Com o tempo, as políticas de Koch surtiram efeito, removendo o *graffiti* dos metros. Cães de guarda, videovigilância e vedações cortantes foram alguns dos meios utilizados para travar o avanço dos *writers*.

Em 1989 a MTA declara a vitória contra o *graffiti*, mas são vários os *writers* que não desistem, e aceitam o desafio. A necessidade de recorrer à violência para defender o território que é cada vez mais difícil de obter ressurgiu, sendo obrigatório estar em boa forma física para manter a longevidade (Danysz, 2011: 161; Laemmermann, 2012: 323).

Para além da passagem para as paredes, a forte perseguição aos *writers* provocou o desaparecimento de *writers* do sexo feminino (Ferro, 2011: 62). O orçamento da campanha anti-*graffiti* é aumentado e é introduzida a utilização de substâncias químicas para a remoção de *graffiti*, o chamado *Buff* (Danysz, 2011: 160). O *Buff* tratava-se de um banho químico, criado com a intenção de remover o *graffiti* das carruagens. As carruagens eram conduzidas através de um portão com chuveiros de removedor, sendo de seguida limpo dos químicos e ficando o metro novamente limpo. Cada limpeza utilizava cerca de 190 litros de químicos. Tratava-se de uma técnica com poucos resultados, já que apenas funcionava nos modelos mais recentes dos metros e que eram mais irregulares que os modelos antigos. Quando estas remoções não eram bem-sucedidas, o aspecto das carruagens funcionava como um convite para outros *writers* pintarem por cima das peças limpas (Cooper & Chalfant, 1998: 100). Quando o *Buff* foi introduzido em 1977, custou cerca de 20 milhões de dólares. Do ponto de vista dos *writers* era tido como uma peça de destruição da história do *graffiti* da cidade.

²⁶ Koch acreditava no artigo publicado em 1982 por James Q. Wilson e George L. Kelling no *The Atlantic Monthly*, com o título “Broken Windows”. Esta teoria defendia que, quando existia uma janela partida num edifício, caso não fosse reparada poderia potenciar actos de vandalismo. Defende que ao resolver os pequenos problemas previnem-se futuros actos de vandalismo. O crime de pequena escala é assim reduzido, evitando também o aparecimento de crimes de maior gravidade. Disponível em: http://www.manhattan-institute.org/pdf/atlantic_monthly-broken_windows.pdf

Após a campanha bem-sucedida do *mayor* Koch seguiu-se um conflito que só terminou em finais da década de 1990, com o *mayor* Rudy Giuliani. Como resultado deste conflito ficou uma cidade despojada das marcas deste movimento. No entanto o *graffiti* não desapareceu totalmente de Nova Iorque, existindo ainda algum *bombing*, que é rapidamente removido pela MTA, custando anualmente milhares de dólares aos contribuintes norte-americanos (Ferro, 2011: 64).

Também na cidade de Filadélfia existiu uma campanha de combate ao *graffiti*, que deu origem à Philadelphia Anti-Graffiti Network (PAGN). Criada em 1984, procurou combater o *graffiti* ligado aos gangues. Uma das suas iniciativas foi a criação do Mural Arts Program, que ocupou lugares anteriormente muito concorridos com murais comissariados e protegidos pela cidade (Laemmermann, 2012: 325).

1.3. Uma questão de territorialidade

O *graffiti* é uma actividade ligada à territorialidade, desde o seus primeiros dias. Ao encontrarmos este tipo de inscrições em espaço urbano, vemo-nos confrontados com um novo tipo de mensagens (Campos, 2007: 397). O *writer* e a *crew* têm plena consciência das possibilidades existentes em espaço urbano, sendo que o *writer* tem uma leitura diferente daquela que o cidadão urbano, o dito cidadão comum, tem do meio que o envolve. O *writer* conhece e procura os melhores e mais interessantes *spots*, prestando atenção a todos os elementos – desde o controlo das fábricas abandonadas, passando pelos *yards*, observando as movimentações das autoridades, até mesmo as paredes brancas –, encarando a cidade como um livro em branco.

Quando o *graffiti* deu os seus primeiros passos nas cidades de Filadélfia, e mais tarde em Nova Iorque, encontrava-se fortemente associado a gangues e aos seus membros que escreviam nas paredes como forma de demarcar o seu território. O nome do gangue inscrito na parede representava não só a sua presença, mas também o controlo sobre um território em particular (Waclawek, 2011: 43).

No entanto, esta associação não se trata de algo inesperado, pois o *graffiti* surgiu numa época repleta de convulsões sociais (www.at149st.com), em que os gangues dominavam grande parte das redes sociais por entre a comunidade de jovens que habitavam na cidade. Mais tarde dar-se-ia início ao processo de separação, graças a um conjunto de jovens não pertencentes a estes gangues. Estes jovens não demonstravam qualquer tipo de preocupação quanto ao controlo de territórios, mas sim uma forte

vontade de espalhar o seu nome pela cidade, como forma de expressão pessoal (Waclawek, 2011: 43).

Podemos então considerar que, a partir do momento em que estes jovens exteriores aos gangues começam a espalhar os seus *tags* por toda a cidade, surge também uma alternativa à participação destes jovens nos diversos gangues existentes.

O local de execução manteve alguma da importância anterior. Aliado a um contexto e conteúdo apropriados, um *graffiti* num determinado local poderia corresponder a uma peça de altíssima qualidade aos olhos da comunidade, bem como poderia funcionar como um factor diferenciador (Mccornick, 2010: 51). Quanto maior fosse a visibilidade da peça, maior a reputação do *writer*. Se, aliado à visibilidade, o local correspondesse a um local de difícil acesso, maior seria a reputação do *writer*.

Da mesma forma que, durante a maior presença dos *tags* ligados a gangues, a autenticidade e autoria eram tidas como características de extrema importância, de forma a melhor distinguir os diferentes gangues, também os novos *writers* procuraram manter esta autenticidade e autoria, deixando a marca da sua presença, independentemente da importância que essa mesma presença pode representar.

A cidade e a rua são vistas como território para o *graffiti* por excelência, já que foi em ambiente urbano que o *graffiti* contemporâneo nasceu, e é também de onde surge a matéria-prima utilizada pelos *writers*. A rua é o local onde o *graffiti* é feito e, consequentemente, depende da forma como esta é utilizada. Regra geral, o *writer* e a *crew* deixam as suas marcas em locais de passagem habitual, apesar da vontade de expandir a sua zona de actuação (Campos, 2010: 205). O *writer* pode também escolher de que forma quer ser visto, limitando-se a pintar no seu bairro, a sua linha de metro, a sua cidade, entre outros. Saberá também encontrar a melhor forma de actuar na cidade, tendo ainda em conta as exigências presentes na sua escolha. O *writer* e a *crew* têm consciência que interagem com a cidade e com a comunidade, iniciando um diálogo em becos, ruas e praças, animando o espaço. É também cultivado o valor de cada superfície, adquirindo-se também comportamentos para a conquista e partilha de território.

Há uma tendência maior para a prática do *graffiti* em meio urbano, quando comparado com meio não urbano (Valdivieso, 2006: 106). Esta acontece devido aos diferentes comportamentos no que toca ao território entre ambos os ambientes. O Homem evoluiu, mas manteve as suas necessidades territoriais. Surgem assim dois tipos

de território, o território pessoal – que se manifesta através das relações de proximidade e afastamento – e o tribal – onde surge o espaço social (Valdivieso, 2006: 20).

A pressão demográfica presente em meio urbano, a existência do “desconhecido” e a vida bastante atribulada aumentam a necessidade de defesa do seu espaço, num ambiente artificial e desterritorializado. Surge então o *graffiti*, como forma de marcação territorial.

Ainda hoje a importância do local, do território, é notória. Os locais onde existe uma maior confluência de jovens – como acontece com as escolas –, são locais preferenciais para alguns *writers* dedicados ao *tag* e ao *throw-up*. Há não só uma maior visibilidade, mas também a possibilidade de surgirem efeitos de repetição, podendo um *tag* atrair mais *tags* de *writers* diferentes (Valdivieso, 2006: 69).

Quando o território não é respeitado – no caso do *graffiti*, quando diferentes *crews* se encontram num mesmo território e existe *crossing* –, é possível desencadear-se um conflito. É no entanto raro encontrarmos este tipo de fenómenos, se bem que seja possível que existam campanhas de defesa territorial (Valdivieso, 2006: 91). Quando uma *crew* delimita o seu território, segue um conjunto de orientações: no centro do seu território tendem a realizar trabalhos onde todos os membros participam, passando depois a isolar-se em zonas escolhidas. O elemento diferenciador entre cada um dos seus membros é a sua caligrafia. No entanto, a divisão territorial surge de forma natural e funcionam como marcas identitárias no território onde habitam. Quando a marca é deixada é criada uma reserva que torna o território em propriedade dos que nele actuam. A parede torna-se domínio, onde apenas intervêm aqueles que a clamam como sua propriedade e onde apenas o proprietário ou aqueles que são convidados têm direito a trabalhar.

A distribuição do *graffiti* não pode então ser apenas considerada como um acto ocasional. Esta compreende não só os grupos que seguem a norma, mas também aqueles que manifestam uma clara violência direccionada tanto para a autoridade, como para aqueles que deveriam ser considerados como seus pares, as restantes *crews*. Estar presente em determinado local e não noutra, estar presente numa região mais ou menos extensa, ocupar o espaço da cidade, tudo serve para avaliar os participantes (Campos, 2007: 398).

O território faz assim parte da cultura do *graffiti*, sendo este determinante para a iniciação do *writer* numa *crew*, através de relações de vizinhança ou convivência. O lugar de origem começa a perder o peso inicial, resultando daí uma maior mobilidade e a criação de uma rede mais alargada que pode resultar na transição para outras *crews* (Campos, 2007: 399).

1.3.1. Mais que um género

Para além de jovens, os *writers* eram principalmente constituídos por elementos do sexo masculino, formando assim, uma cultura maioritariamente masculina (Campos, 2010: 194). No entanto é possível encontrar alguns *writers* do sexo feminino na fase inicial do *graffiti*, correspondendo estes a excepções à regra com trabalhos que possuíam elevada qualidade. BARBARA 62, EVA 62 (Cooper & Chalfant, 1998: 41) e mais tarde de LADY PINK são algumas destas excepções (Lewisohn, 2007: 46).

Não era fácil fazer *graffiti*: exigia-se um esforço físico tremendo; era muitas vezes feito em locais sujos e mal iluminados, o que podia tornar esta prática em algo assustador para os elementos do sexo feminino e funcionava muitas vezes como um factor de afastamento. Há também a celebração da transgressão, a que as raparigas estão menos interessadas. É uma comunidade com comportamentos fortemente masculinizados, onde a defesa do território e demonstrações de força funcionam como alicerces fundamentais, diferindo daqueles estabelecidos pelas raparigas.

Ao observar a comunidade do *graffiti*, estamos perante uma comunidade que não estabelece qualquer tipo de critérios de selecção. Género, classe ou etnia deixam de ser importantes, já que o *writer* se distancia da sua identidade social original, de forma a criar a sua identidade como *writer* (Campos, 2007: 385). No entanto, as origens sociais ou ideológicas, bem como características pessoais podem ser utilizadas para a construção da sua imagem.

Quando *writers* femininas se inserem na comunidade, é-lhes exigido um volume de trabalho maior, em comparação com os *writers* masculinos, pois são encaradas com suspeita, sendo julgadas de forma diferente (Lewisohn, 2007: 46). A sua presença pode ser caracterizada por alguma efemeridade e inconsistência que muitas vezes depende das relações estabelecidas com outros membros do movimento (Campos, 2007: 387).

A rapariga é vista como um elemento com algumas falhas, que quando constrói uma carreira, destaca-se principalmente por se tratar de uma excepção do que pela qualidade do seu trabalho.

1.4. Tags, Throwies e 'Pieces

Falar de *graffiti* é falar de uma expressão visual que parte de um conjunto de jovens que, partilhando um sentido de comunidade, impõe codificações de expressões, com uma linguagem própria (Campos, 2007: 291). Para fazer *graffiti*, é necessário conhecer algumas destas formas, para que numa primeira fase seja possível ler e interpretar e, numa segunda fase, poder criar e comunicar. Independentemente do tipo de práticas, todos os membros desta cultura partilham o conhecimento das mesmas. No entanto, tal não significa que exista uma homogeneidade de actuações.

Tal como outras produções, o *graffiti* sofreu mutações desde as suas origens, não perdendo alguns dos traços essenciais da sua linguagem. Encontramos assim três modelos padronizados: o *tag*, o *throw-up* e a *masterpiece*. Actualmente existe uma maior fusão de referências e outras influências, podendo dificultar a identificação de algumas destas formas padronizadas.

Desde os seus primeiros passos que o *graffiti* se encontra ligado à tipografia, tratando-se de assinaturas estilizadas de *writers* ou *crews*, onde podem surgir as suas iniciais ou alcunhas (Valdivieso, 2006: 31). As letras vão adquirindo características visuais e algum potencial pictórico que poderão funcionar como matéria-prima para a criação de um estilo próprio – característica fortemente valorizada pela comunidade.

Sendo uma cultura maioritariamente visual, é forçada a desenvolver um leque de objectos. A letra abre espaço para a entrada da visualidade, já que esta é mais poderosa (Campos, 2007: 292).

1.4.1. O tag

A primeira, e mais simples forma de *graffiti* é o *tag* (Lewisohn, 2007: 48). De rápida execução e monocromático, corresponde ao nome do *writer*. São caracteristicamente pequenos, correspondendo a uma combinação de letras que quando desenhadas não atingem dimensões maiores que uma folha A4. No entanto podem atingir maiores dimensões (fig. 14, 15, 16 e 17). Pela sua dimensão, demoram apenas segundos a ser executados (Waclawek, 2011: 14).

Os primeiros *tags* correspondiam à combinação do nome do *writer* com o número da rua onde morava. Quando *writers* como TAKI 183 ou JULIO 204, entre outros, exerciam o *bombing*, de uma forma abundante, sem preocupações com o estilo e a técnica. O que lhes interessava era deixar o seu nome na rua, mostrando a sua existência e fazendo uso do seu alter-ego. Eram facilmente lidos, mas rapidamente se deu o abandono desta prática, favorecendo palavras que podem criar impacto visual. Actualmente podem corresponder a formas de difícil leitura para o comum dos observadores, sendo por isso dos elementos menos aceites por parte do público em geral (fig. 15).

Os seus nomes funcionavam como uma representação de si próprios, evoluindo rapidamente para logótipos individualizados. Sem *tag*, não existe *writer* (Campos, 2007: 292). Sem o *tag*, o *writer* não é identificado pela comunidade, não sendo assim reconhecido e avaliado. O nome de nascimento é desvalorizado pela restante comunidade, excluindo aqueles que partilham o quotidiano para além do *graffiti*. O conhecimento cara-a-cara trata-se de algo que acontece com pouca frequência, já que com o cada vez maior número de *writers* em actividade se torna impraticável (Campos, 2007: 292). O *tag* é então visto como algo muito superior quando olhando para os seus protagonistas.

O *writer* pode tornar o seu *tag* numa marca, afastando-se do tão característico anonimato, podendo surgir nas mais diversas circunstâncias (fig. 14). Para os *writers*, deixar o seu *tag* é o centro do seu universo, vendo os seus trabalhos como bons exemplos de caligrafia (Lewisohn, 2007: 49). O *tag* é então a identidade de um *writer* no seio da comunidade, funcionando a sua assinatura como uma marca registada e, uma prova de autenticidade (Stahl, 2009: 31). Desde o momento em que o *writer* escolhe o conjunto de letras que irão formar o seu *tag*, assume uma nova personalidade.

Escolher um *tag* não se tratava – ou trata – de uma tarefa fácil. O *writer* deve considerar os caracteres a utilizar – atendendo ao aspecto e à forma como podem ser desenhadas –, bem como a sonoridade das mesmas (fig. 16). O que para o observador comum parece uma combinação de letras sem sentido, para o *writer* corresponde a uma sequência de caracteres que cria ritmo e uma sensação de movimento ou de fluidez. Por vezes o *writer* escolhe nomes com algum significado, mas com algumas alterações. O *tag* pode então servir de veículo de uma atitude ou forma de caracterizar o *writer* no seio da comunidade (Waclawek, 2011: 14).

Ao *tag* foram adicionados outros elementos como setas – para facilitar a ideia de movimento –, aspas ou estrelas. Um *tag* personalizado corresponde a um primeiro passo para a afirmação do *writer* e da sua identidade no seio da comunidade.

Cada *writer* pode no entanto ter mais que um *tag*. Não só se trata de uma questão de versatilidade, já que com um conjunto de letras é possível criar diversos *tags*, como também de uma marca da evolução do trabalho do *writer* e uma forma eficiente de escapar às autoridades. Reduzir o número de caracteres presentes no *tag* pode funcionar como elemento de proteção e de inovação – para além da economia no tempo de execução e de se tornarem visualmente mais apelativos (Waclawek, 2011: 15).

Taggar é uma actividade frenética, funcionando como um elemento de autopromoção do *writer*, de forma a ganhar peso na comunidade (fig. 17). Uma maior densidade pode assegurar alguma credibilidade entre *taggers*, mas não necessariamente entre toda a comunidade. Existem alguns *writers* que se mantêm *taggers* durante toda a sua carreira no *graffiti*, enquanto outros o fazem apenas como etapa inicial da sua carreira (Waclawek, 2011: 16).

1.4.2. O *Throw-up*

O *throw-up* surgiu da necessidade sentida pelos *writers* de se fazerem notar numa cada vez maior comunidade. No início correspondiam a *pieces* mal executadas, mas cerca de 1975²⁷ os *throw-ups* passaram a corresponder a uma nova forma de *graffiti* (Waclawek, 2011: 16). O termo surge pela sensação de que a peça foi atirada contra a carruagem ou contra a parede de uma forma rápida.

Conhecidos por *throw-ups* ou *throwies*, tratam-se de *tags* de grande dimensão (fig. 18). Tal como o *tag*, surge nas carruagens de metro da cidade de Nova Iorque. Trata-se de uma versão mais refinada do *tag*, que assenta também no princípio de quantidade e de simultânea economia de meios, em detrimento da qualidade (Campos, 2010: 115). Com uma camada de cor e um contorno, o *writer* podia executar com alguma velocidade um grande número de peças (Cooper & Chalfant, 1998: 69). Os caracteres utilizados surgiam em *bubble style* (fig. 19 e 20), para de seguida serem preenchidos. O contraste entre contorno e preenchimento, os chamados *fill-in* e *outline*, são apreciados (Almeida, 2006: 44).

²⁷ É referido o nome de IN aka KILL3, como King of *throw-ups* devido aos estimados 10000 *throwies* que pintou nas carruagens do metropolitano (Waclawek, 2011: 16; Campos, 2007: 115).

Exigia maior destreza quando comparado com o *tag*, sendo necessário um maior controlo da lata de *spray*. O *throw-up* é de maiores dimensões que o *tag*, sendo o seu tamanho um elemento diferenciador entre ambas as formas. Podiam ser utilizadas diferentes cores, correspondendo cada uma ao *outline*, *fill-in* e ao *glow* (Waclawek, 2011: 16).

No seio dos *throw-ups* existem também os *silvers*. Ao contrário dos restantes, estes utilizam cores metalizadas, com predominância do prateado (fig. 22, 23 e 24). Isto acontece devido à maior facilidade de preenchimento, pois com a aplicação de apenas uma camada de cor o aspecto é mais agradável que as restantes cores não metálicas, destacando-se ainda mais a peça quando o contorno é feito a preto.

1.4.3. A *masterpiece*

Enquanto a era dos *throwies* atingia o seu ponto mais alto, surgem as primeiras '*pieces*', entre 1975-1977, como marca de inovação. No entanto, só mais tarde, entre cerca de 1978 e 1981, estas são revitalizadas por nomes como ZEPHYR, REVOLT ou CASE2 (Waclawek, 2011: 18). SUPER KOOL 223 é apontado como o seu percusor, cerca de 1972 (Laemmermann, 2012: 322).

Entramos agora no que podemos considerar como o modelo mais facilmente visto como arte ou admirado, para aqueles que não fazem parte da comunidade (fig. 28). Deixamos a partir de agora as formas mais elementares do *graffiti*, para entrar num tipo de trabalhos que tem como principal função mostrar perícia, rigor e competência e onde a qualidade tem um maior peso que a quantidade (Campos, 2007: 297). Criar uma *masterpiece* pode corresponder ao trabalho de vários *writers* que procuram destacar-se (fig. 41, 42 e 43).

A *masterpiece* corresponde a um mural: independentemente do suporte, transporta uma mensagem e combina dois elementos importantes para o *graffiti*, os caracteres e as personagens (fig. 44).

O foco continua a incidir sobre a letra e o nome, mas agora interessando nos elementos estilísticos. Desde o início que a letra evoluiu de uma forma simplificada de *tag* para a manifestação de um estilo próprio, de que são exemplos o *wildstyle* (fig. 26, 27, 28 e 29), o 3D (fig. 29 e 30) ou o *bubble letter style* (fig. 19, 20 e 25). Os murais tornaram-se cada vez mais profusos, contando com um cada vez maior número de elementos, onde a competição é marcada pelo confronto entre estilos. O *writer* deixa

então de usar apenas a letra, para usar com maior frequência a imagem, tornando-se pintor de latas de *spray* na mão, com uma abundância de técnicas. O *graffiti* é assim mais facilmente encarado como uma expressão artística, já que o objectivo do *writer* é agora criar obras de qualidade que vão para além da busca de visibilidade e marcação territorial (Campos, 2007: 297).

Apenas os *writers* com maior experiência – os chamados *kings* –, os detentores de diversas técnicas, executam *masterpieces*. Trata-se de um tipo de *graffiti* que exige longas horas de trabalho preparatório, procurando combinar a mensagem a transmitir e a técnica a utilizar (Almeida, 2006: 46; Waclawek, 2011: 19).

Antes de realizar a *piece*, o *writer* procura aplicar uma camada de primário na parede que vai utilizar, preparando-a para receber a tinta e economizando material, já que assim dificulta a absorção do *spray* pela parede, como é o caso nas paredes mais velhas, bem como melhora o aspecto do trabalho final, oferecendo um fundo monocromático.

Diversos foram os estilos desenvolvidos que se tornaram populares no seio da comunidade. Temos os exemplos do ‘*broadway elegant*’²⁸, criado por TOPCAT126, o ‘*blockbuster*’, o ‘*bubble letter style*’²⁹ ou o *wildstyle*. Podemos considerar que o *wildstyle* influenciou como nenhum outro estilo a cultura do *graffiti*. Criado possivelmente por TRACY168, designa peças energéticas e de letras entrelaçadas. Tratava-se de um estilo ilegível para quem não fosse membro da comunidade, dificultada pelo aspecto distorcido, apoiado pelo recurso a setas.

1.4.4. Exigências técnicas: materiais

Da mesma forma que outro artista plástico não trabalha sem o material mais adequado, também o *writer* não o consegue fazer. Muitas vezes esse mesmo material é ainda alterado pelo *writer* de forma a melhor responder às suas necessidades, podendo para isso ser necessário cortar pontas de marcadores ou procurar em objectos ligados ao quotidiano os mais diferentes tipos de peças. Fazer *graffiti* é afinal saber pintar com uma lata de *spray*, conhecendo a vasta gama de marcas³⁰ de tinta – bem como as cores

²⁸ TOPCAT126 chega ao bairro do Harlem com vontade de mostrar o ‘estilo de Filadélfia’ na cidade de Nova Iorque. Os seus primeiros trabalhos caracterizam-se pela utilização de caracteres com amplas bases de execução sistemática (Haks & Hoekstra, 1992: 11).

²⁹ Foi PHASE2 quem introduziu este estilo, que relembra o estilo de letra utilizado nas bandas desenhadas (Haks & Hoekstra, 1992: 12).

³⁰ Os *writers* de Nova Iorque estavam familiarizados com todo o tipo de cores disponíveis em latas de *spray*, incluindo as tintas mais antigas, as ‘*vintage*’. As marcas mais populares eram a Rustoleum, Red

que estas disponibilizam –, o funcionamento da lata, como os diferentes meios podem proporcionar os mais diversos resultados e ainda formas de se protegerem dos efeitos nocivos das latas de *spray*.

Actualmente existem dois tipos de tinta: as tintas com base de água, como o latex e a tinta acrílica e com bases de óleo (Laemmermann, 2012: 521). A escolha do tipo de tinta depende do tipo de trabalho que o *writer* quer desenvolver. As tintas são constituídas por diferentes componentes: o pigmento, o aglutinante e o solvente. No que toca aos pigmentos, todos os que são utilizados são compostos por dióxido de titânio e óxido de zinco, sendo-lhes posteriormente adicionados corantes de forma a obter a cor desejada. No caso dos aglutinantes, são habitualmente polímeros que após secarem manterão o pigmento homogéneo, bem como aderido ao substrato. Por fim, os solventes correspondem à estrutura da tinta, já que permitem que a tinta não seque rapidamente, facilitando o trabalho do *writer*. Quando o solvente se evapora, deixa para trás a amálgama de pigmento e aglutinante, que forma uma camada uniforme. Para as tintas com base de água, o solvente é água, e para as de base de óleo, é de óleo (Laemmermann, 2012: 521).

Existem também revestimentos anti-*graffiti*, que têm como finalidade não permitir a adesão da tinta à parede. Preferencialmente aplicados em edifícios históricos, procuram repelir a água, tornar-se amigos do ambiente – não recorrendo ao uso de químicos –, proteger estes edifícios das agressões dos raios ultravioleta e da meteorologia, bem como proporcionar uma fácil remoção do *graffiti* aplicado na parede. Existem vários tipos de revestimentos: o chamado revestimento sacrificial, o revestimento semi-sacrificial e o revestimento permanente. O revestimento sacrificial corresponde a uma camada de tinta sobre a superfície a proteger. Caso seja atacada, esta camada pode ser removida com a passagem de um jacto de água, sendo de seguida aplicada uma nova camada. Este revestimento é composto por acrílicos, biopolímeros e ceras. O revestimento semi-sacrificial funciona como um selante para a parede ou superfície a proteger, tapando os poros da mesma. Esta pode ser parcialmente removida utilizando uma combinação de removedor de *graffiti* e jacto de água. É possível remover totalmente este revestimento, mas ao fazê-lo a superfície é atacada. Por fim, temos o revestimento permanente, que consiste na aplicação de um composto na superfície a

Devil, Wet Look e Krylon (Cooper & Chalfant, 1998: 32). Actualmente existem diversas marcas específicas, como a Montana, Ironlak ou Molotow.

proteger. Geralmente são compostos por poliuretanos, nano-partículas, hidrocarbonetos fluorados ou siloxanos. Apesar de se tratar de um método mais caro, quando bem aplicado necessita apenas de uma aplicação. A sua limpeza exige a aplicação de um solvente e de alguma mão-de-obra (Laemmermann, 2012: 522).

Antes mesmo de dar início à sua actividade, o *writer* deve possuir algum domínio sobre a mão. Quer esteja a usar marcadores, latas de *spray* ou mesmo a desenhar no seu *blackbook*, a mão deve estar treinada, para que este consiga melhorar esteticamente o seu trabalho (Waclawek, 2011: 22). É também no *blackbook* que o *writer* desenvolve o seu trabalho, onde o seu mentor ou outros *writers* mais experientes deixam as suas marcas para que este possa usar como modelos (Cooper & Chalfant, 1998: 32). O tempo é o melhor professor do *writer*, já que este deve passar longos períodos a observar outros trabalhos, quer seja *in loco* quer seja através de arquivos fotográficos³¹, sempre com o intuito de encontrar o seu próprio estilo.

Apesar de se tratar de um ícone da cultura do *graffiti*, não foi com a lata de *spray* que o *graffiti* em Filadélfia e Nova Iorque deu os seus primeiros passos, mas sim com o marcador. Este é ainda hoje considerado como o material de eleição do *tagger* já que, quando comparado com a lata de *spray* apresentava uma maior facilidade de transporte, pois bastava arrumá-lo no bolso e facilmente o *writer* passaria despercebido, e durante o seu uso era bastante silencioso (Waclawek, 2011: 21). A sua tinta demora menos tempo a secar, para além de ser mais facilmente dominado pelo utilizador. Uma das suas maiores vantagens reside na segurança, já que não emite gases tóxicos.

Tal como será mais adiante mencionado, tanto as *caps* usadas nas latas de *spray* como os marcadores podem ser modificados pelo utilizador. No caso do marcador, a ponta pode ser alterada de forma a responder melhor ao tipo de caligrafia que o utilizador pretende alcançar. Os marcadores em que o corte da ponta é feito na diagonal (ou biselada) permitem executar um *tag* mais definido, com traços mais finos e melhor definidos, enquanto os marcadores de ponta redonda são os menos populares quando comparados com os marcadores de corte diagonal (Waclawek, 2011: 22). Actualmente

³¹ Qualquer *writer* procura registar os seus trabalhos através da fotografia, já que se trata de uma arte fortemente efémera. Desde o início que assim foi, tornando-se ainda mais importante com a crescente perseguição feita pelas autoridades aos *writers* nova-iorquinos.

estes marcadores dividem-se entre a caneta POSCA³² e os marcadores conhecidos como *Squeezer*³³. O marcador permite um maior controlo do traço quando comparado com a lata de *spray*, mas também exige algum domínio de técnica.

A lata de *spray* ganhou terreno com a necessidade de aumentar a dimensão das peças. No entanto, pintar usando a lata de *spray* não é fácil. Dominar a ‘técnica da lata’, este ícone da cultura do *graffiti*, exige horas de prática (Waclawek, 2011: 21). É necessário conhecer o tipo de *caps* a utilizar e algumas regras de segurança. Um dos maiores problemas enfrentados pelos primeiros *writers* passou pelo uso de tinta em *spray* comum, bastante nociva, e não tinta em *spray* especializada como hoje existe.

Tal como acontece com o marcador, a lata de *spray* é de fácil transporte, não eram vendidas a um preço muito elevado e estavam disponíveis em diversas cores (Waclawek, 2011: 20). A lata pode também ser modificada pelo utilizador, sendo possível encontrar as mais diversas *caps* disponíveis no mercado, de acordo com as suas necessidades. Tal como pincéis, as *caps* são elementos fundamentais para a produção artística, proporcionando diferentes dimensões no que toca ao traço. Os primeiros *writers* utilizavam pontas disponíveis em *sprays* ligados ao quotidiano para obter os diferentes tipos de resultados (Cooper & Chalfant, 1998: 33; Waclawek, 2011: 20). Estas podem ter nomes como ‘*fat*’, ideais para o preenchimento de *throw-ups* ou de partes de *pieces* pela sua suave mas densa emissão de tinta, ‘*skinny*’, são utilizadas para criar traços finos e precisos que melhor se enquadram em trabalhos detalhados, ‘*outline*’ ou ‘*fill-in*’ e hoje são uma peça vital para os *writers*.

Para se conseguir pintar com uma lata é necessário encontrar a melhor forma de segurar na mesma enquanto se trabalha, utilizando movimentos entre o pulso e a mão, para assim se criarem *fill-in*’s com gradientes de tons, contornos nítidos, camadas e mistura, ou mesmo como fazer a mistura das cores no interior das latas. Tudo isto para conseguir controlar a ‘técnica da lata’. Apenas a experiência permite ao *writer* entender a distância necessária entre a parede e a lata, de forma a criar trabalhos sem a presença

³² A POSCA utiliza uma tinta à base de água e surge no mercado com uma gama de sete marcadores, com espessuras que vão desde um milímetro até aos quinze. As diversas pontas podem ser combinadas com os diversos marcadores.

³³ O *Squeezer* trata-se de uma pequena garrafa de plástico com uma esponja na ponta que, quando pressionado verte tinta. Pode ser adquirido em lojas especializadas ou então criado em casa através da adaptação de alguns materiais como pequenas garrafas de iogurte e esponjas de cozinha.

de escorrências, ou *drips*³⁴ (fig. 31). *Tags* e *throw-ups* surgem assim como peças essenciais para o treino do *writer*.

O *writer* contemporâneo soube também proteger-se. Com o uso de máscaras, para evitar a inalação dos gases, e luvas de látex, para que a pele das mãos não entre em contacto com a tinta e para também proteger as *caps* no caso de os dedos entrarem em contacto com a tinta. A tinta em *spray* é nociva para o ambiente e para o ser humano, sendo sempre aconselhável usar protecção para evitar futuros problemas de saúde (Waclawek, 2011: 25).

1.4.5. O anonimato

A perseguição ao *graffiti* acompanha-o desde os seus primeiros passos. Como forma de fugir às consequências, os *writers* preferem proteger as suas identidades e reputações mantendo-se anónimos (Laemmermann, 2012: 20). Esta tendência para o anonimato acompanha-o desde o início, já que o seu trabalho surge como ilegal.

Para que não seja visto, o *writer* procura o mais diverso tipo de técnicas de camuflagem. O *writer* pode controlar até que ponto a sua identidade é conhecida, escolhendo se quer utilizar um pseudónimo ou se prefere manter-se no mais perfeito anonimato. A partir de então, as suas palavras e as suas imagens passam a dizer-nos algo sobre o que nos rodeia, e que é socialmente reprovável. O anonimato funciona como a garantia para a liberdade de expressão do *writer*, protegendo-o dos juízos de moral ou acusações criminais (Campos, 2007: 256). Insurgindo-se contra o anonimato urbano, utilizam a superfície da cidade como local de exibição da sua nova identidade onde é reconhecida.

O *writer* corresponde a uma personagem criada, protegendo o indivíduo que é oficialmente reconhecido, substituindo-o. Este anonimato é maioritariamente direccionado ao mundo exterior, aquele que não é incluído na comunidade, e que o pode perseguir. A personagem é reconhecida pelos membros da comunidade que se encontram mais próximos do *writer* e a assinatura é a marca da existência desta personagem. No seio da comunidade, a partilha de identidades funciona como um sinal de confiança, e torna-se importante na criação de relações entre *crews* e *writers* (Campos, 2011: 84).

³⁴ Apenas um *writer* experiente consegue desenvolver *drips* premeditadas no seu trabalho (fig. 33, 34, 35 e 36).

Writer e *street artist* ganham algum poder com o uso do anonimato, não só porque não temem represálias, mas também porque são imunes aos efeitos dos críticos, já que estes não os podem influenciar o seu trabalho quando apenas possuem o trabalho, e não a identidade do autor, ou qualquer outro elemento pessoal do mesmo (Lewisohn, 2007: 101).

1.4.6. Subcultura Hierarquizada

Quando falamos na existência de uma comunidade, falamos de uma comunidade bastante vasta e detentora de aspectos homogéneos, mas também de aspectos heterogéneos, geradores de conflitos internos.

Esta comunidade estabelece-se como uma subcultura muito perto do nascimento do *graffiti writing*, quando os vários *writers* iniciaram uma competição visual. Formou-se um código de conduta e uma hierarquia, surgindo a partir de então o uso do termo *king*. Este começou a ser usado cerca de 1980, significando o ponto alto da carreira do *writer*, depois de uma longa campanha ou de se tornar mestre de um estilo ou técnica (Waclawek, 2011: 26). Existe também o termo *queen*, para membros do sexo feminino. Existem diversos tipos de *kings*: *king of style*, *throw-up king*, entre outros. Qualquer *writer* se pode auto-proclamar *king*, desenhando uma coroa sobre os seus nomes (fig. 37), mas é necessário um trabalho na rua que justifique tais afirmações. No lado oposto encontramos o *toy*. Este corresponde a um *writer* com pouca experiência e pouco competente, sem grande reconhecimento pelo seu trabalho.

No início do movimento existia uma cultura de apadrinhamento, onde os *writers* mais experientes transmitiam alguns conhecimentos, passando assim tradições. Os *writers* aprendiam assim quais os melhores tipos de marcadores ou de latas de *spray* que deveriam utilizar, que tipo de efeitos resultavam de determinadas *caps* e aprendiam também a controlar a lata para que a tinta não pingasse (Waclawek, 2011: 26). Na cidade de Nova Iorque eram vários os *toys* que apoiavam *kings* durante o tempo em que estes pintavam em comboios, realizando tarefas com menor exigência técnica, como era o caso dos *fill-ins*.

Os *writers* podiam também pintar em grupos, criando as *crews*. Estes agrupavam-se tendo em conta o nível de *skills* de cada membro, proporcionando o convívio. Eram também locais onde se trocavam novidades técnicas, se partilhavam ideias e onde também se promovia o apoio a outros *writers*, que podia consistir na vigilância do local

onde outro *writer* se encontrava a pintar. A presença numa *crew* não impede que o *writer* integre outras *crews*. Escolher o nome da *crew*, bem como a escolha das iniciais a *taggar* nas paredes, envolve algum tempo, já que a reputação dos membros da *crew* ficará também ligada à reputação da *crew*. Os nomes dos seus membros são escritos lado a lado, ou então surge o nome da *crew* de forma personalizada (fig. 38, 39, 40, 45, 73 e 74).

O principal objectivo do *writer* é encontrar o reconhecimento e respeito no seio da comunidade. Este reconhecimento pode ser obtido através de *tags* ou *throw-ups* abundantes, através da qualidade artística e das suas *skills* (Waclawek, 2011: 27). Quanto mais difícil for o caminho, maior o valor do *writer* que o percorreu, não sendo imediatamente recompensado. As recompensas surgem através da persistência e dedicação, sendo de ordem simbólica e derivadas da aceitação no grupo.

O reconhecimento é obtido através do estilo e da utilização de vários efeitos, símbolos ou sinais de pontuação, podendo ser ainda combinada com técnicas como o *fading* (fig. 46 e 47), *pullings* (fig. 27, 46 e 48), *highlightings* (fig. 46 e 49) e *overlappings* (fig. 27, 28 e 46). Quando as peças são avaliadas, os *writers* procuram nelas aspectos como o *flow* dos caracteres, a originalidade do *design*, a forma como a tinta foi aplicada, os detalhes utilizados e a qualidade dos traços (Waclawek, 2011: 47). No entanto, o mais importante nesta avaliação trata-se da forma como o *writer* desenvolve o uso dos caracteres.

Viver o *graffiti* é uma experiência intensa, onde as situações inesperadas são uma constante, onde o *writer* vai progredindo à medida que percorre o seu caminho, associando-se a práticas e hierarquias. Entrar na comunidade significa aceitar um conjunto de valores, uma nova identidade, rituais, hierarquias, modelos de comunicação e de actuação (Campos, 2007: 335). Há um claro conhecimento do que é aceite e valorizado, bem como dos requisitos necessários para existir alguma progressão, com mérito. Conseguir obter o estatuto desejado corresponde a um processo lento e trabalhoso. A chamada ‘fama fácil’ também pode ser obtida, quando os *media* falam do *writer*, mas não é tão respeitada como aquela que é obtida através do trabalho árduo.

Os códigos criados pelos *writers* estabeleceram a partir do momento em que fazem parte da comunidade algumas regras. Estas regras não foram escritas, mas são transmitidas oralmente. Uma das mais importantes regras passa pelo *crossing* de

trabalhos de outros *writers*, que corresponde a um grande desrespeito e deve ser evitado, caso não se pretenda iniciar uma batalha. O *crossing*, ou *going over*, corresponde à sobreposição do trabalho de outro *writer*, mesmo que parcialmente (fig. 50 e 51). Trata-se de um comportamento de manifesta agressividade. Quando se trata de uma peça de um *toy* num bom *spot*, este será facilmente *crossado* por *writers* de maior *skill*. No caso dos *kings*, tal já não acontece.

O *biting* é também condenado, pois trata-se de plágio do estilo de outro *writer*. Utilizar elementos presentes no estilo de outros *writers* é um acto impensável, ao contrário das apropriações de elementos da cultura *pop*. Pode no entanto ser visto como um sinal de respeito ou como forma de um *writer* evoluir estilisticamente, mas sempre mal recebido pela comunidade, já que o estilo próprio é desde sempre valorizado.

2. Street Art ou Pós-graffiti

Tidas com alguma frequência como ramificações do *graffiti*, o *pós-graffiti* ou *street art* tem vindo a desenvolver-se através de caminhos diferentes daqueles que foram escolhidos pelo *graffiti* desde os seus primeiros dias.

As origens do termo são difíceis de determinar, mas é possível encontrar o seu uso ao longo de finais da década de 1970. O termo surge em 1978 no *Detective Show*, uma exposição num parque ao ar livre em Jackson Heights, no bairro de Queens, com a curadoria de John Fekner. Aqui é utilizado o termo ‘*street museum*’. O termo *street art* surgia também ligado aos artistas que tinham formação académica, e escolhiam trabalhar na rua, opondo-se aos *writers* (Lewisohn, 2007: 18). Em 1980 surge para descrever qualquer tipo de arte realizada em contexto urbano, e não ligado ao *hip-hop* (Manco, 2004: 7).

O que actualmente é reconhecido como *street art* é também identificado como *pós-graffiti* e corresponde à produção realizada em espaço urbano. Por se tratar de um movimento tão amplo, torna-se bastante difícil produzir uma definição mais específica. Tanto o termo *pós-graffiti* como *street art* permitem englobar todas as diversas expressões que surgiram e que têm vindo a surgir. Desde que atingiu a escala mundial, o *graffiti* viu-se forçado a evoluir tendo em atenção a conjuntura onde estava a ser produzido. Após a luta travada entre o *graffiti* e a MTA, o *graffiti* entrou num período

de decadência. Surge então um período de regeneração a partir da década de 90, que permite o aparecimento de novas práticas (Campos, 2010: 101).

Podemos então caracterizar esta evolução como um seguimento do *graffiti*, sendo assim considerado *pós-graffiti* (Waclawek, 2011: 29). No entanto, mesmo com a cada vez maior diversidade presente, estas práticas mantiveram-se na rua, mantendo também algumas das características que possuía. Falar de *street art* é falar de uma prática que combina diferentes expressões visuais, que procuram comunicar sem recorrer aos canais de comunicação comuns, sendo desde logo ilegal (Campos, 2010: 101).

O aparecimento desta nova ramificação não significou o desaparecimento do *graffiti* na sua forma inicial – baseada no *tag* e dando importância à tipografia e à letra. Apenas significou o surgimento de uma evolução que coexiste com este (Waclawek, 2011: 29). Podemos considerar que a *street art* se trata de uma ramificação do *graffiti*, ramificação essa que utiliza elementos do seu predecessor e que procura simultaneamente manter algum distanciamento do mesmo. *Street art* é no entanto um termo muito vasto, que inclui uma grande diversidade de práticas, de forma a não estrangular nenhum dos seus elementos mas a excluir os que não cabem nesta categorização (Lewisohn, 2007: 15).

Na *street art* assistimos a uma clara passagem da tipografia para a iconografia, já que o *tag* deixou de ser notado pelo público em geral (fig. 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59 e 60). O *graffiti* encontrava-se até então limitado às aplicações possíveis através do uso da letra. A criação e combinação de ícones foi então o passo seguinte, sendo a partir de então mais fácil comunicar com as grandes massas (Manco, 2004: 16).

Podemos considerar a utilização de ambos os termos, sendo o *pós-graffiti* o período correspondente à disseminação do *graffiti* a nível mundial, após o início da sua decadência na cidade de Nova Iorque, e a *street art* as diversas derivações com preocupações artísticas que surgiram e continuam a surgir. Ambos demonstram uma preocupação maior pelo embelezamento do espaço público, representando uma alternativa ao tradicional *graffiti writing*.

Tal como acontece com os *writers*, quem faz *street art* possui a mesma rebeldia dirigida às instituições. Regra geral, os seus praticantes não aceitam ser chamados de ‘*street artists*’, embora alguns aceitem ser chamados de artistas. Muitos destes artistas iniciaram o seu percurso como *writers*, passando de seguida para outro tipo de trabalhos, possivelmente motivados pelo receio de problemas com as autoridades, pela

necessidade de experimentar novos tipos de trabalho, por se sentirem limitados devido ao uso quase exclusivo da tipografia como expressão, ou ainda por não concordarem com a hierarquia e ética presente no *graffiti* (Lewisohn, 2007: 72; Wacławek, 2011: 29). O facto de se tratar de um ambiente mais agradável e mais aberto para o artista e para o seu trabalho funciona também como importante factor para a transição entre *graffiti* e *street art* por parte dos artistas. Há também aqueles que não possuem qualquer ligação com o *graffiti*, procurando apenas criar arte na rua através da experimentação com diferentes materiais e técnicas (Wacławek, 2011: 29).

Sendo este um ambiente mais tolerante e mais receptivo, encontramos um maior número de artistas do sexo feminino. Também a faixa etária mais presente neste tipo de práticas é diferente, sendo possível encontrar um maior número de artistas mais velhos.

É no seio da *street art* que as mais diversas práticas podem florescer, onde aqueles que procuram uma ligação mais próxima com a arte, ou possuem algum interesse sobre a mesma, encontram terreno para experimentar (fig. 56, 57 e 91). Não é portanto de estranhar que existam os mais diversos materiais e técnicas presentes, como é o caso dos pincéis (fig. 32, 35, 36, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181 e 182), *stencils* (fig. 33, 54, 55, 59 e 60) ou autocolantes (fig. 56, 57, 58, 183, 184, 185, 186, 187, 188 e 189), sem excluir o uso da lata de *spray* ou do marcador. Existe uma clara aproximação às artes plásticas e ao *design*, presente nas mais diversas técnicas que encontramos (Campos, 2010: 101).

Ao contrário do *graffiti*, a *street art* não tem como ponto principal o uso do *tag* ou da letra e por vezes escolhe perder o seu carácter ilegal (Lewisohn, 2011, 7). O facto de a ter perdido faz com que alguns dos *writers* mais profundamente ligados à prática do *graffiti* encarem a *street art* como algo de estranho e que não faz parte da sua prática, não gostando da mesma (Lewisohn, 2007: 15). Quer seja considerado como *pós-graffiti* ou como *street art*, os seus praticantes escolheram deixar a ilegalidade, mas em simultâneo alimentam a atitude de irreverência tão conhecida e admirada pelo observador comum. Talvez devido a essa contradição, a sua aceitação tenha sido mais fácil para o público em geral.

Temos vindo a assistir a uma progressiva mudança de opinião, quer no seio do mundo da arte, quer no seio da cultura *mainstream*. Há uma cada vez maior aceitação da *street art* porque esta se encontra acessível a todos, permitindo que se estabeleça uma

ligação nas ruas, longe do ambiente de galeria, considerado por alguns como elitista (Nguyen & Mackenzie, 2010: 141). Quando o público em geral presta atenção ao que se passa nas ruas, começa a interessar-se e a apoiar, começando de seguida a surgir naturalmente formas de financiamento e o interesse dos *media*, galerias e museus.

As diferenças entre ambos são claras: enquanto o *graffiti* se interessa principalmente pela letra, preocupando-se apenas em estabelecer e manter ligações com a restante comunidade através de uma linguagem apenas compreendida por quem se encontra no seio da mesma, a *street art* interessa-se na criação de uma linguagem de fácil assimilação por parte de quem a observa, focando-se principalmente na imagem, procurando interagir com as massas, sem criar qualquer tipo de código ou mensagem dissimulada (Lewisohn, 2007: 63). A *street art* está com grande frequência ligada ao contexto e ao local onde é criada, de forma a melhor ser entendida por quem por ela passa, ao contrário do *graffiti* que representa a divulgação de uma linguagem estandardizada que se soube manter desde o início da sua história. No que toca à qualidade do trabalho, o *graffiti* e a sua hierarquia mostram-se mais claros, assumindo o domínio da mão e a criação de um estilo próprio como características importantes para a progressão no seu seio. No caso da *street art*, não é necessário o domínio da mão, não sendo sequer necessário saber desenhar, já que através do tipo de trabalho pretendido pode não se tratar de um factor determinante. Assim, qualquer pessoa pode fazer *street art*, o que influencia profundamente a qualidade dos trabalhos que podem ser encontrados na rua. No entanto, os artistas de maior qualidade destacar-se-ão no seio desta multidão (Lewisohn, 2007: 65).

Para o *street artist*, não é interessante resumir-se a um *tag*, pois seria redutor para o tipo de trabalho que pretende. Para o *street artist*, interessa não só a quantidade mas também o conteúdo do seu trabalho. Torna-se portanto fácil distinguir entre *graffiti* e *street art*: ao observar qualquer um destes tipos de trabalhos surgem aspectos que facilmente os distinguem, como é o caso da técnica utilizada (Lewisohn, 2007: 23).

Aceitar a *street art* como forma de arte torna-se ainda mais fácil quando se tem em atenção que, grande parte dos trabalhos destes artistas é realizada entre paredes antes de ser aplicado na rua. É aqui que surge um ponto de contacto com o chamado artista de belas-artes, já que ambos podem trabalhar em estúdio. No entanto é necessário não

esquecer que também existem *writers* que realizam o chamado trabalho preparatório antes de começarem uma nova peça³⁵.

A *street art* reflecte ainda a opinião política e as aspirações artísticas do seu criador. Da mesma forma que um museu cria a sua colecção atendendo à cultura em que foi criado, também o artista cria consoante o ambiente em que vive, podendo o seu trabalho variar de cidade para cidade, ou ainda de distrito para distrito (Lewisohn, 2007: 65).

Graffiti e *street art* utilizam e reclamam o espaço público de diferentes formas. Reclamar o espaço da cidade é por vezes uma missão para o *writer*, surgindo como forma de reacção face ao apelo ao consumismo ou apenas devido a uma vontade de deixar a sua marca na cidade (Manco, 2004: 11). Se bem que alguns destes artistas encontrem motivações no reconhecimento, ou fama, tão fortemente procurado pelos *writers*, estes não possuem uma motivação destrutiva para com o património onde realizam as suas intervenções. Tanto *writers* como *street artists* são primeiro indivíduo, e só depois comunidade. As respostas às mais variadas questões que lhes são apresentadas provocam resultados diferentes, principalmente devido à singularidade do percurso vivido por cada um destes intervenientes, tendo também em vista o futuro percurso (Lewisohn, 2007: 69).

Um aspecto que tanto o *graffiti* como a *street art* partilham diz respeito à sua longevidade. Ambos os trabalhos são criados com a ideia de que não vão ter uma vida muito longa, podendo desaparecer através da acção do tempo ou através da acção do homem. A chegada da sua morte é vista pelo seu criador como uma inevitabilidade, não vendo este com bons olhos a vontade de prolongar a vida das mesmas. Caso a sua obra se deteriore, o *writer* o artista não repinta a mesma, para que volte ao seu aspecto inicial, podendo no máximo realizar uma peça nova sobre a que anteriormente lá estava. O mesmo acontece quando a obra é removida através da iniciativa de poderes locais ou dos legítimos proprietários das paredes. O desaparecimento de uma peça, independentemente do tempo em que permaneceu no seu local, é visto como algo de bom por parte dos artistas. Quando uma obra desaparece, o espaço onde se encontrava é liberto, permitindo a chegada de uma outra.

³⁵ Este tipo de trabalho preparatório pode muitas vezes consistir num esboço de pequenas dimensões onde se encontram registados os esquemas de cor a utilizar e os traços mais importantes a utilizar na peça.

Ambos são hoje encarados com um misto de dúvida e de curiosidade. Apesar de procurar algum distanciamento entre si e o *graffiti* e da crescente popularidade, a *street art* é ainda hoje pouco compreendida. O mesmo acontece com o *graffiti*. Contudo, como este não obtém o mesmo nível de aceitação por parte do público, não apresenta o mesmo tipo de falhas. Ambos conseguem manter-se entre a cultura *mainstream* e à sua margem. Isto acontece devido à sua utilização na publicidade, filmes e ainda na moda. A sua essência no entanto não é entendida, sendo possível encontrar *tags* em revistas ou associados a campanhas publicitárias, sem que se conheça o seu verdadeiro significado. Descontextualizado, este é aceite, mas quando revisitado no seu lugar próprio, este é visto como algo nefasto (Lewisohn, 2007: 21).

Vivendo na periferia da cultura visual *mainstream*, da arte pública autorizada e da história da arte, a *street art* ocupa um lugar de especial importância, tornando-se numa poderosa arma: questiona a noção de espaço público e da cada vez maior comercialização presente no espaço urbano. A *street art* procura renovar o ambiente, saturado com apelos ao consumismo, com a apresentação de arte não solicitada. Relembra a existência da liberdade de pensamento, de expressão e do individualismo, provocando quem a encontra a tomar a iniciativa, sendo facilmente identificável pelo cada vez maior número de artistas que surge inspirando-se na busca por uma resposta aos trabalhos de outros artistas. Esta pode também suscitar alterações na consciência de cada um, a nível social, como é o caso da criação de práticas mais amigas do ambiente, alertando para a poluição que passa despercebida mas que está presente na cidade³⁶.

A ideia de que os *street artists* possuem formação em belas-artes trata-se de uma generalização. Apesar da utilização de técnicas e estilos, possuir formação não se trata de um factor importante. Há no entanto uma crescente participação de jovens artistas que procuram encontrar o seu espaço na rua, procurando afastar-se das galerias e do que estas poderão significar, fugindo ao que alguns consideram como o elitismo do mundo da arte (Lewisohn, 2007: 72). Há também uma maior aceitação, sendo possível ao jovem artista trabalhar na rua, documentando e apresentando as peças daí provenientes como parte do seu processo, o que, na fase inicial do *graffiti*, não seria possível.

³⁶ Como exemplo disso temos o ‘*reverse-graffiti*’ (fig. 53), que consiste na limpeza por camadas da parede, combinando materiais como meias, *stencils*, escovas de sapatos ou mesmo musgo (fig. 52) para criar uma imagem diferente daquelas encontradas através da aplicação de tinta ou *posters* nas paredes.

Hoje é difícil distinguir entre *graffiti* e *street art*, no entanto, qualquer que seja a terminologia, ambas são atraídas pelo ambiente urbano, que funciona como uma ampla mensagem disseminada pela cidade (Manco, 2004: 8). O *graffiti* é hoje mais visível, menos críptico e procura comunicar com uma cada vez maior audiência. O *graffiti* é assim uma arte livre, feita por quem quer e não por quem tem que o fazer.

Apesar das diferenças existentes entre ambos, há alguns autores que não fazem esta diferenciação, já que ambos trabalham na rua e ambos trabalham de forma não autorizada.

2.1. Diferentes expressões

Apesar de se tratar de uma comunidade mais inclusiva e com membros menos organizados, a *street art* funciona como um movimento que comunica de uma forma visual. Sendo a *street art* um campo tão vasto e tão receptivo a novos tipos de trabalhos, torna-se possível encontrar no seu seio *stencils*, impressões e mesmo pinturas de forma a criar peças de grande dimensão que podem abranger desde utilizações de figuras mais realistas, até figuras próximas dos cartoons (Waclawek, 2011: 32).

Quando se trata de produzir *street art* de carácter ilegal, a lata de *spray* é ainda um dos materiais mais populares. No entanto, abre-se espaço para autocolantes, óleos e acrílicos, pastéis de óleo, carvão, posters, *stencils* e mosaicos ou mesmo outros tipos de novas tecnologias, que podem incluir lasers ou projecções³⁷.

O *stencil* (fig. 33, 54, 55, 59 e 60), tornou-se numa das técnicas mais populares para os *street artists*. Requer poucos meios, já que apenas é necessária uma superfície firme para criar a máscara do desenho pretendido, um x-acto para efectuar os cortes e latas de *spray*. Uma vez criada a máscara, esta pode ser utilizada inúmeras vezes, funcionando como um *tag*. O *stencil* não só é legível, como consegue comunicar com um maior número de ‘outsiders’, quando comparado com o *graffiti* (Waclawek, 2011: 36).

A criação de logótipos, com os mais variados materiais, corresponde a uma actividade tida como importante, em especial quando se tratam de membros que fizeram a transição do *graffiti* para a *street art*. Criar um logótipo funciona da mesma forma que

³⁷ É neste contexto que surge o *Graffiti Research Lab* (GRL). Composto por dois membros, Evan Roth e James Powderly, desenvolve projectos que facilitem a execução de arte em público. Não trabalham apenas com *writers* e *street artists*, estando disponíveis para qualquer interessado. Entre os seus projectos mais conhecidos encontra-se o ‘L.E.D. throwie’. A sua ideia inicial consistia na criação de uma ligação entre tecnologia de ponta e a comunidade ligada à *street art*, que após um contacto alargado se alterou (Lewisohn, 2007: 153).

um *tag*, correspondendo à sua assinatura e transmitindo as suas ideias (fig. 61, 62, 63, 64 e 65). Este pode sofrer algumas variações com cada aplicação. Criar um logótipo neste caso não procura vender um produto, procura acima de tudo ocupar parte do espaço urbano com uma forma de expressão artística (Waclawek, 2011: 37). Na década de 90 existiam alguns logótipos, mas a dimensão atingida actualmente criaram uma selva de pictogramas, formas abstractas e personagens misteriosas, resultando no que podemos chamar de novo ecossistema de *graffiti* (Manco, 2004: 43).

Criar um logótipo pode também ser considerado como criar uma personagem. Apesar disso, existem algumas diferenças. Enquanto os logótipos são pequenos e sem assinaturas, as personagens são mais complexas, sendo com frequência de tamanho real, acompanhados de assinaturas. Estas podem corresponder a representações de indivíduos ou retratos de personagens imaginárias, não precisando no entanto de um nome. Vilões, heróis, monstros, retratos, entre muitos outros ocupam o espaço disponível na cidade (Manco, 2004: 68). A presença de personagens, mais conhecidas por *characters*, não é nova no *graffiti*. Esta tem vindo a acompanhá-lo principalmente quando se trata de *hall of fame*s ou *masterpieces*, decorando-os e contando as suas histórias. Estas podem envolver-nos e suscitar diversas reacções emotivas ou mesmo criar momentos de humor (Manco, 2004: 69).

Sabemos hoje que muitos artistas se preocupam com a fisicalidade do seu trabalho em determinado local. O material é muitas vezes parte da obra (Lewisohn, 2007: 107), ditando o desenvolvimento da mesma e por vezes estabelecendo o seu significado (Waclawek, 2011: 147). É por isso possível encontrar todo o tipo de materiais, desde os materiais mais convencionais, passando por materiais e técnicas exteriores ao mundo da arte, como é o caso do musgo e do rebentamento controlado de partes de paredes.

2.2. Internet e a fotografia

A fotografia representa um importante papel tanto para o *graffiti* como para a *street art*. Acompanhando o *graffiti* desde os seus primeiros passos, facilitou a criação de arquivos pessoais e as trocas entre *writers*. Procurou ainda contrariar a efemeridade tão característica tanto do *graffiti* como da *street art*. A sua utilização procura responder de uma forma mais eficiente à natural efemeridade a que ambas as práticas estão votadas.

A fotografia veio possibilitar o conhecimento dos trabalhos de diversos *writers* a uma escala mundial sendo que, aliada à internet pode ter evitado a extinção do *graffiti* e

da sua prática (Waclawek, 2011: 178). Graças a fotógrafos como Martha Cooper³⁸ e ao seu trabalho de campo, seria hoje impossível conhecer os trabalhos dos primeiros *writers* de Nova Iorque.

A nível de técnicas e matérias, a chegada da internet veio possibilitar uma maior evolução por parte de ambos os movimentos. Graças à internet, adquirir os mais diversos tipos de matérias tornou-se mais fácil uma vez que possibilita o acesso a *caps* e marcas de latas que de outra forma não estariam disponíveis. Tornou também mais fácil o conhecimento e partilha de novas técnicas, através do contacto com outros *writers*.

Como complemento, surgem diversos *websites* dedicados ao tema³⁹. Estes vieram assim preservar a história do *graffiti*, transportando o legado dos primeiros *writers*, que contribuíram para que este evoluísse (Waclawek, 2011: 179), permitindo também divulgar o trabalho de *writers* e *street artists* mais recentes. Os arquivos pessoais passam agora a estar disponíveis através das redes sociais, permitindo um esponencial aumento do público.

No entanto, a combinação entre fotografia e internet trouxe também efeitos nefastos tanto para o *graffiti* como para a *street art*. Se por um lado facilitou o contacto com os trabalhos de todo o mundo e proporcionou o intercâmbio, por outro proporcionou a perda da necessidade do contacto *in situ* com a peça. Apesar de estar acessível para um público maior, permite dispensar o contacto directo com a peça, perdendo-se assim o elemento surpresa e o encontro accidental, tidos como importantes para a experimentação do *graffiti* e da *street art*. Surgem assim inúmeros artistas que valorizam e criticam simultaneamente a internet pela trivialidade a que esta vota as suas obras (Waclawek, 2011: 180).

A internet é hoje mais do que uma fonte de informação, tornando-se num veículo para contactar com diferentes trabalhos. A cada vez maior virtualização permitirá uma crescente divulgação, mas manterá o cada vez mais dispensável contacto com a obra.

³⁸ Martha Cooper, uma fotojornalista especializada em arte e antropologia documentou de forma metódica o *graffiti* nas carruagens de metro da cidade de Nova Iorque durante as décadas de 1970 e 1980. O seu trabalho aliou-se ao de Henry Chalfant, também ele um fotógrafo e cineasta, criando diversas publicações.

³⁹ Temos como exemplo o Wooster Collective. Lançado em Janeiro de 2003, é actualizado regularmente, mostrando fotografias, vídeos, entrevistas e apresentando vários artistas. Realizou roteiros de *street art*, publicações, escreve artigos e realiza curadoria de eventos. Actualmente marca também presença nas redes sociais. Outros sites como artcrimes.com ou stick2target.com, em território português, procuram também divulgar o *graffiti* e a *street art*.

2.3. Repetição e contexto

Ao contrário do que acontece com os *writers*, os *street artists* conseguem com alguma facilidade repetir trabalhos, de forma a estabelecer da melhor maneira uma ligação entre estes e o local escolhido para os mesmos. O contexto funciona então como principal diferenciador entre as diversas peças. Interessa mais ter em atenção o local em si onde esta é colocada, como é o caso de paredes, pontes, painéis publicitários, do que a geografia do mesmo. No entanto este pode surgir de forma arbitrária, ou então porque motiva um certo tipo de intervenção (Waclawek, 2011: 133). O único local que podemos considerar específico para a *street art* é a rua, ou o meio urbano.

Ao trabalhar na sua cidade, o artista sabe escolher os locais que possuem um maior significado para si. Quando este se encontra a trabalhar fora do seu espaço, este opta por locais onde a cultura do *graffiti* está ainda em desenvolvimento, onde as penalizações não são tão fortes⁴⁰ ou onde estão a ser executados trabalhos com grande interesse. Os locais escolhidos tornam-se então em pontos de contacto e de convívio. O trabalho de um *street artist* é fortemente influenciado pelo trabalho de outros artistas com quem contacta. Não é possível dizer que se trata de ligações semelhantes às que encontramos nas *crews*, mas podemos no entanto afirmar que no seio desta comunidade existe também um sentimento de camaradagem e respeito pelo trabalho de cada um dos seus intervenientes.

Ao ser repetida em vários locais, a obra encontra diferentes significados, que por vezes podem ser divergentes (Waclawek, 2011: 133). Isto só é possível devido aos diferentes contextos onde esta é inserida. Este contexto é criado a partir da combinação entre material e ambiente envolvente. Para entendermos a *street art* é necessário olhar para o ambiente à sua volta, sem nos circunscrevermos apenas à peça, pois todo o ambiente em volta da mesma provocou nela algum efeito. Este contexto pode ser alterado com grande facilidade, acontecendo quando é adicionado ou removido um elemento ao local, ou mesmo quando a peça é removida (Waclawek, 2011: 139). O lugar e a peça ganham vida, criando um novo espaço.

⁴⁰ Após alguns contactos com diversos *writers*, ficou claro que quanto maior for a presença do *graffiti* e da *street art* numa cidade, maior será a tendência para a criação de uma legislação mais penalizante. Temos como exemplo o caso da cidade de Nova Iorque. No caso nacional, podemos também assistir a uma cada vez maior interesse na penalização deste tipo de prática.

A escolha do espaço é feita atendendo à visibilidade proporcionada ou tendo em conta ligações estabelecidas com o lugar noutras situações, podendo ou não ditar os melhores tipos de trabalho a usar.

3. A aceitação no mundo da arte

Entre as décadas de 70 e 80 houve um esforço por parte da comunidade artística de Nova Iorque em descriminalizar o *graffiti* (Waclawek, 2011: 58). No seu seguimento surgiram colaborações entre *writers*, curadores, comerciantes de arte e donos de galerias que procuravam validar o *graffiti* como forma de arte.

A passagem para as galerias reflectia ainda as consequências da agressiva campanha de limpeza das carruagens de metro levada a cabo pela MTA. Era necessário encontrar novos locais onde a criatividade dos *writers* fosse respeitada, podendo assim os seus trabalhos durar mais algum tempo (Danysz, 2011: 157). Começaram a surgir pequenas exposições no continente europeu, que chegaram aos Estados Unidos. Já era conhecida a exposição onde LEE QUINONES e FAB 5 FREDDIE haviam participado em Roma, na galeria de Carlo Bruni.

O *graffiti* surge então em pequenas galerias a partir da década de 70, através da criação de algumas organizações. Um desses exemplos foi a United Graffiti Artists (UGA) associação criada por Hugo Martinez em 1972, criada com a finalidade de apoiar os *writers* de forma a que estes pudessem desenvolver a sua criatividade num cenário de descriminalização, tornando-o assim numa actividade legal e com lucro (Waclawek, 2011: 58).

Os primeiros locais a expor *graffiti* em Nova Iorque foram a Razor Gallery de Hugo Martinez, a Fun Gallery de Patti Astor, a Above Ground, e a Fashion Moda de Stephan Ein (Lewisohn, 2007: 42; Danysz, 2011: 157). A ideia de Hugo Martinez, através do seu projecto UGA, era forçar os *media* a reinterpretar o *graffiti* como arte, encorajando os *writers* a pintar em telas, o que facilitava a entrada do mesmo em galerias. Após a primeira exposição de alguns membros da UGA na Razor Gallery em 1973, surge um número de pequenas exposições de *graffiti*, ao mesmo tempo que os trabalhos nas carruagens do metropolitano aumentavam⁴¹. No entanto, o escasso número de

⁴¹ As primeiras exposições ofereciam aos *writers* a oportunidade de se conhecerem e de colaborarem no fortalecimento da comunidade. Esta experiência em espaço legalizado tornou-se então vital para que os *writers* se considerassem como artistas (Waclawek, 2011: 59).

participantes não provocou alterações a grande escala (Waclawek, 2011: 58). Em 1974 surge um projecto semelhante, o The Nation of *Graffiti* Artists (NOGA), pela mão de Jack Pelsinger. Esta organização não produziu qualquer tipo de exposição importante, mas tal como a UGA, permitiu direccionar as práticas dos *writers* para meios mais convencionais.

A década de 80 viu surgir exposições mais frequentes de *graffiti*. Tanto a Fun Gallery como a Fashion Moda abriram as suas portas ao *graffiti*, vindo a desempenhar mais tarde importantes papéis nas carreiras de alguns dos artistas que nelas expuseram quando começaram a trabalhar além-fronteiras (Danysz, 2011: 157). Aberta em 1979 no South Bronx, a Fashion Moda não tinha como principal objectivo tornar-se numa simples galeria de arte. Com o tempo, tornou-se conhecida por permanecer muito semelhante ao que se fazia no mundo da arte, sendo as suas práticas consideradas inovadoras e simultaneamente semelhantes às aquelas que conhecemos hoje (Lewisohn, 2007: 42). Fundada por Stefan Eins, rapidamente se tornou num local de reunião para os *writers* do South Bronx, que eram encorajados a pintar as paredes da galeria e a experimentar em telas (Waclawek, 2011: 59). Em 1980 colaborou com o colectivo Colab e deu origem ao ‘*Time Square Show*’. Apresentada num antigo salão de massagens, perto do distrito porno de Manhattan, incluía uma amálgama de arte *punk*, *graffiti* e erótica. Não se tratou portanto de uma exposição exclusiva de *graffiti*, bem como não foi apresentada no que pode ser considerado o espaço de uma galeria⁴². Jean-Michel Basquiat e Keith Haring trabalharam nesta galeria, ainda não se haviam tornado famosos (Danysz, 2011: 157).

Criada por Patti Astor e por Bill Stelling em 1981, a Fun Gallery veio aproximar a arte contemporânea e o *graffiti* de Nova Iorque. Localizada na East Village de Manhattan, apresentou trabalhos de nomes como FAB 5 FREDDY, FUTURA 2000, DONDI, LEE QUINONES, LADY PINK, ZEPHYR ou RAMMELLZEE, entre outros. Também Keith Haring e Jean-Michel Basquiat expuseram trabalhos nesta galeria. Para muitos dos artistas, surgiu como a primeira oportunidade para realizar uma exposição a solo (Danysz, 2011: 158; Waclawek, 2011: 59). Tal como acontecia na Fashion Moda, existia uma atmosfera calma na galeria, sendo que o *writer* que procurava expor na Fun Gallery não estaria a comprometer a sua reputação. A galeria veio a fechar em 1985,

⁴² Esta exposição é considerada como a primeira apresentação oficial do *graffiti* ao mundo da arte. Durante um mês, a exposição manteve-se aberta durante 24 horas, recebendo todo o tipo de público (Lewisohn, 2007: 43).

quando o número de galerias dedicadas ao *graffiti* havia crescido tendo-se tornado impossível competir com as mesmas (Nguyen & Mackenzie, 2010: 207).

Apresentar trabalhos em galerias tornou-se então em algo mais confortável para os *writers*. A partir de então, as galerias iriam funcionar como elo de ligação entre o mundo da arte e a rua, permitindo ainda que os *writers* pudessem experimentar sem restrições.

Em Fevereiro de 1981, Diego Cortez leva até ao P.S.1⁴³ o seu projecto. *New York/New Wave* incluía *graffiti* em tela, artistas que trabalhavam na rua e artistas de galeria, como é o caso de Andy Warhol ou Robert Mapplethorpe. Nesta exposição estiveram presentes trabalhos do até então desconhecido Jean-Michel Basquiat.

Surge em 1983 a exposição *Post-Graffiti*, na The Sidney Janis Gallery (Lewisohn, 2007: 42). A partir de então, é assumida a conversão do *graffiti* de iconografia urbana ilegal para forma de arte legal, com trabalhos executados em tela (Waclawek, 2011: 60). O uso do termo *graffiti art* potenciou o aparecimento de alguns erros na categorização destes trabalhos, pois regularmente eram consideradas como *graffiti art* algumas manifestações que em nada correspondiam ao *graffiti writing*⁴⁴. Tal como acontecia nas ruas, a crítica não reagiu da melhor forma, espelhando o pensamento da maioria dos cidadãos. No entanto foi aberto um debate sobre a legitimidade da passagem do *graffiti* da rua para a galeria.

Regra geral, o artista que trabalhava exclusivamente na rua era ignorado pelo mundo da arte. Ao entrarem nas galerias, os *writers* podiam mais facilmente encontrar algum reconhecimento, já que passavam a fazer parte do sistema (Lewisohn, 2007: 93). Ser-se reconhecido pelo mundo da arte tinha no entanto alguns riscos: apesar de assinarem as suas telas com os seus *tags*, existia por perto uma etiqueta que indicava o nome de baptismo do *writer*, deixando assim o *tag* de corresponder ao seu principal objecto de trabalho. A questão do desvirtuar daquilo que é o *graffiti* simbólica e literalmente corresponde a outra questão: são muitos os *writers* que ainda hoje discutem a perda de significado do *graffiti* em tela aquando da sua entrada no mundo da arte, já que toda a sua essência é perdida pela descontextualização necessária e associada a esta passagem

⁴³ O P.S.1 é um afiliado do Museum of Modern Art desde 2000, sendo actualmente conhecido como MoMA PS1 e localizado em Long Island, no bairro de Queens.

⁴⁴ Tal erro surge na exposição *Post-graffiti*, onde Jean-Michel Basquiat e Kenny Scharf estiveram presentes.

(Waclawek, 2011: 60). Afastado de todas as suas ligações e estatuto ilegal, o *graffiti* como arte passa então a tratar-se de uma cultura que cria curiosidade numa série de membros externos à comunidade, perdendo toda a energia, movimento e urgência que o mantinha nas ruas.

O *graffiti* passa então a estar incluído nas grandes galerias, que ignoram a sua história e limitam até que ponto os *writers* se podem expressar, tentando vendê-lo como um novo movimento. Alguns *writers* entravam assim numa má experiência, como é o caso de FUTURA 2000⁴⁵, onde se sentiam manipulados e onde não encontravam a mesma familiaridade presente nas pequenas galerias como a Fashion Moda ou a Fun Gallery (Nguyen & Mackenzie, 2010: 223). É como resultando desta ligação entre *writers* e galerias que nomes como Keith Haring e Jean-Michel Basquiat surgem e são associados ao *graffiti writing* (Waclawek, 2011: 61).

Num curto espaço de tempo, o *graffiti* encontrava-se representado entre dois mundos, dois mundos da arte diferentes, que resultaram em diferentes resultados para o movimento.

3.1. Basquiat e Haring

Enquanto algumas das maiores figuras do *graffiti writing* mantinham de uma forma estável uma carreira e continuavam a mostrar trabalhos em galerias, outros eram ofuscados pelo trabalho de Basquiat e de Haring, que são celebrados como sendo os mais bem-sucedidos a fazer a transição do *graffiti* para o mundo da arte.

De origens hispano-americanas, Basquiat escrevia pela cidade com o seu companheiro Al Diaz (Lewisohn, 2007: 96). Começou por escrever frases sem sentido, nas paredes da zona das galerias de Nova Iorque, como por exemplo ‘Tar Tar Tar (Coal) MCVXLIII’, que acompanhava da assinatura SAMO (‘Same Old Shit’). Apesar de legíveis, estas eram com frequência intrigantes, acompanhado de um símbolo de copyright. SAMO foi então utilizado para os mais diversos devaneios filosóficos (Waclawek, 2011: 62).

O *graffiti* de Basquiat, com a sua fácil leitura, era diferente do *graffiti writing*, não funcionando como um *tag*. A sua aproximação chamou a atenção dos *media*, bem como de donos de galerias e negociantes de arte. A energia, os elementos presentes nas suas

⁴⁵ Este teve uma passagem pela Tony Shafarzi Gallery.

obras – como coroas, palavras, referências da cultura *pop* e personagens, tão característicos do *graffiti* (fig. 66 e 67) – e o seu trabalho nas ruas catalisaram comparações com o dito *graffiti* tradicional (Waclawek, 2011: 62). Como outros que pintavam nas ruas, Basquiat procurava uma carreira nas galerias e, cerca de 1982, havia deixado de trabalhar nas ruas, para se dedicar a exposições em grandes museus à volta do mundo (Lewisohn, 2007: 94). Quando participa no *Time Square Show*, trabalhava com desenhos a preto e branco e SAMO já era bastante conhecido.

Ao contrário dos *writers*, Basquiat não queria ficar conhecido através de um pseudónimo, mas pela qualidade do seu trabalho. Mais tarde procura entrar em contacto com Andy Warhol e com o curador Henry Geldzahler. Geldzahler descobriu a sua originalidade e aos vinte e três anos, Basquiat havia-se tornado uma estrela, rodeando-se das mais diversas personalidades. O próprio sabia que o seu *graffiti* era diferente dos restantes *writers*, podendo esta separação ser vista como uma forma de facilitar a aceitação do seu trabalho e de garantir que mais tarde seria visto como o trabalho de um jovem dotado.

Basquiat queria ser reconhecido como um artista das belas-artes, não como um vândalo, para que tanto ele como as suas obras pudessem ter mais valor, podendo assim ser visto como um par dos artistas contemporâneos da sua época (Lewisohn, 2007: 99). Este soube unir-se à cultura *pop* e ao crescimento da cultura *hip hop* e do *graffiti*, para ganhar alguma notoriedade, mas rapidamente se soube libertar de forma a não ser prejudicado.

Por outro lado, Haring chega a Nova Iorque vindo de Pittsburgh cerca de 1978. Tal como Basquiat, começou por pintar de forma ilegal, em estações de metro. Haring procurou mostrar os seus trabalhos às massas, criando o seu tipo de museu. Os seus trabalhos eram de fácil leitura, destacando-se e surgindo em locais de grande afluência, fora das instituições. Os desenhos feitos a giz nos painéis publicitários que haviam sido pintados de preto, lembravam *cartoons* de pessoas, viagens espaciais, acidentes nucleares, jogos de vídeo, robótica, *rap* e *disco*, sexo e drogas (Sussman, 1997: 10; Waclawek, 2011: 63) (fig. 68, 69 e 70). O autor desenvolveu este tipo de trabalhos entre 1981 e 1985. No entanto, Haring apresentou-nos três fases no seu trabalho: a primeira fase correspondeu ao seu trabalho nas ruas; na segunda produziu versões *pop* do neo-expressionismo ao mesmo tempo que produzia murais principalmente para crianças (fig.

70) e, por fim, a terceira fase, que correspondeu aos seus últimos anos de vida, ficou marcada pelo activismo social que respondia à sua iminente morte (Sussman, 1997: 10).

Ao contrário da apropriação dos ícones da cultura *pop* feita pelos *writers*, Haring soube criar uma estética muito própria, que ainda hoje é identificada como sendo sua. O seu trabalho dependia da interpretação do movimento através do uso de linhas, da repetição do logótipo que funcionava como uma assinatura do artista e do uso de algumas referências da cultura *pop*.

A sua participação no ‘*Times Square Show*’ tornou-se um ponto de viragem. Foi aqui que conheceu pela primeira vez *writers* como FAB 5 FREDDY e FUTURA 2000 (Lewisohn, 2007: 99).

Ao contrário de Basquiat, Haring soube utilizar a sua fama de forma a melhor se colocar na cultura *mainstream*. Trabalhou com vídeos que seriam exibidos pela MTV e abriu uma loja, onde a sua arte se encontrava disponível para todos.

A formação que tanto Basquiat como Haring possuíam e o ambiente familiar em que viviam funcionaram também como aspectos diferenciadores, quando comparados com os *writers* de então. Ambos mostravam-se interessados no desenho e na arte desde muito jovens, impulsionados pelas suas famílias, que realizavam visitas frequentes a museus. Basquiat, um autodidacta, conhecia não só os artistas contemporâneos, mas também outros artistas como Leonardo Da Vinci e Picasso (Davis, 2010). Haring, que frequentou o Pittsburgh Arts and Crafts Center e mais tarde a School of Visual Arts em Nova Iorque possuía esse conhecimento, colhendo algumas influências de nomes como Dubuffet e Christo e Jeanne-Claude (Sussman, 1997: 10-12).

Tanto Basquiat como Haring tiveram vidas curtas. Actualmente as suas obras valem milhões e os seus autores são reconhecidos no mundo da arte. Em 1990 ambos haviam morrido, deixando para trás um conjunto de trabalhos único, mas também deixando o mundo em que viveram diferente. Depois de lhe ter sido diagnosticada SIDA em 1988, Haring criou a Keith Haring Foundation⁴⁶ em 1989 e participou activamente na criação de activismo e consciência sobre a SIDA. Deixou também uma série de peças para os filhos de vários dos seus amigos, como é o caso de FUTURA 2000 (Nguyen &

⁴⁶ A *Keith Haring Foundation* foi criada para proteger o legado de Keith Haring, a sua arte e os seus ideias. Esta fundação apoia também organizações sem fins lucrativos que apoiem crianças, e a sua educação, bem como a pesquisa e tratamento da SIDA. (http://www.haring.com/kh_foundation/)

Mackenzie, 2010: 226). Basquiat deixou para trás cerca de 1000 desenhos e 1000 pinturas.

A sua categorização como *graffiti writers* revelou-se problemática tanto para a comunidade do *graffiti*, como para os próprios artistas. Apesar de criarem peças em contexto ilegal, nenhum usava o estilo iconográfico e o vocabulário, ou seguia a ética criada para o *graffiti*. Haring e Basquiat foram selectivos em relação ao público: Basquiat escreveu nas paredes de forma a captar a atenção de curadores e negociantes de arte, enquanto Haring criou a sua própria linguagem estética com ícones que pudessem rapidamente ser entendidos pelos cidadãos em geral. A sua ligação aos trabalhos na rua tratou-se apenas de um período de transição nas suas carreiras, sem grandes consequências para o *writing* (Waclawek, 2011: 63).

Como resultado desta passagem pelo *graffiti*, Keith Haring e Jean-Michel Basquiat são hoje associados pelos críticos de arte ao *graffiti* (Waclawek, 2011: 63). Não sendo vistos como *writers* ou percussores do *graffiti* – visto que apesar de conviverem com a comunidade não eram vistos como parte dela –, estes podem ser considerados como os percussores da *street art* (Lewisohn, 2007: 93).

3.2. O Graffiti e a história da arte

A batalha entre o mundo da arte e o *graffiti*, como movimento artístico estabelecido, tem vindo a desenrolar-se desde que surgiram as primeiras tentativas de reconhecimento do *graffiti* como expressão artística. Rebelde, suja, subversiva e sem valor, são alguns dos adjectivos que acompanham os críticos e o restante mundo da arte quando olham para o *graffiti* ou para a *street art*.

No entanto essa tendência tem vindo a ser alterada. Existia uma inclinação para excluir tendências ligadas às grandes massas, as chamadas tendências populistas (Lewisohn, 2007: 130). Conhecemos no entanto vários casos na história da arte que numa fase inicial eram vistas como escandalosas e ‘de mau gosto’ e que actualmente são tidas como ‘de bom gosto’, sendo aceite o seu carácter subversivo. O *graffiti* e a *street art* serão assim encarados como arte popular, facilitando a sua ignorância por parte de algumas organizações ligadas à arte.

A mudança começou a surgir com a chegada da *Pop Art*, onde os artistas utilizavam de forma deliberada objectos presentes na cultura popular e comercial, esquecendo a

hierarquia estabelecida pelos modernistas até então (Hoffman, Jones, Mayer, & Sirmans, 2005: 42).

A sua história e a dos seus intervenientes são diferentes, mostrando resultados também eles diferentes do que estamos habituados a ver no mundo da arte. A singularidade dos materiais usados nestes trabalhos, bem como o seu carácter livre, acabam por nos levar mais uma vez para a arte popular. Tanto o *graffiti* como a *street art* transmitem uma mensagem que estimula a expressão pessoal, a liberdade de expressão e interrogação, procurando criar o que podemos considerar como uma cultura visual alternativa, pois procura contrariar os ataques constantes feitos pela publicidade no espaço urbano (Waclawek, 2011: 159).

Quando o movimento cresceu na cidade de Nova Iorque, os jovens que o compunham procuraram criar um espaço no seio da sua própria comunidade e na cidade. Mais tarde, os artistas do *pós-graffiti* irão procurar motivações políticas. Os trabalhos de ambos procuraram criar oportunidades de comunicação, numa cidade onde comunicar em espaço público é uma actividade controlada pelas instâncias do poder, de acordo com regras que excluem o cidadão comum e dão lugar e exclusividade aos *media* e à publicidade (Campos, 2010: 82). Contactar com os seus criadores é por vezes difícil, já que muitos destes não aceitam e desafiam qualquer tipo de categorização, abstendo-se da glória pública e do sucesso comercial. No entanto, e em simultâneo, estes procuram a aceitação pública que contrasta com a ideia de justiceiro anónimo e de vândalo que se encontra desde sempre presente neste movimento (Nguyen & Mackenzie, 2010: 5).

Com o apoio das novas tecnologias é possível aos membros da comunidade criar uma nova identidade, ganhar reconhecimento e possivelmente conseguir viver com uma carreira que conseguiu manter-se afastada do habitual percurso institucionalizado, que parte da galeria para o coleccionador, para o curador e finalmente para um museu. Apesar disso, já existe um considerável número curadores, galerias e museus interessados em expor, vender e discutir aquilo que já não é um movimento novo e que luta com alguma força contra estas instituições.

A história da arte não deve então olhar para este movimento da mesma forma como tem vindo a olhar para outros movimentos. Este, para além de se tratar de um movimento ainda em franco desenvolvimento, trata-se de um movimento que se

alimenta do presente, de uma forma muito semelhante ao que aconteceu com a *Pop art* (Waclawek, 2011: 161) e com a sua apropriação de imagens, estratégias do mundo empresarial. No entanto, *graffiti* e *street art* apresentam diversas semelhanças, quando comparados com os chamados artistas de belas-artes. Ambos utilizam o esboço como forma de melhorar as suas técnicas. Executar um *throw-up*, uma *piece* ou um mural não é muito diferente de pintar em tela, ou noutra suporte. Ambos exigem a colação de traços iniciais, que irão orientar o restante trabalho. De seguida é aplicado por cima das linhas orientadoras um primeiro contorno, já que as linhas orientadoras não diferenciaram o que seria contorno e o que seria outro tipo de elementos. É então aplicado o preenchimento, para de seguida surgir o que serão os contornos finais do trabalho. Os detalhes finais, como *highlights* ou colocação de outros elementos são então aplicados, estando o trabalho terminado quando é colocado o *tag* e o ano em que foi realizado (fig. 38, 39, 40 e 74). É possível também encontrar os chamados *props* nesta fase (fig. 61, 62, 64, 65, 71, 72, 73, 75). Quando olhamos para o trabalho realizado em contexto de *crew*, encontramos algumas semelhanças com as oficinas: os *writers* mais experientes executam as partes mais importantes do trabalho, sendo atribuídas aos *toys* as tarefas menos exigentes, ou menos apelativas para o *writer*, como é o caso do preenchimento de letras ou o preenchimento do fundo.

A questão do anonimato não se torna assim problemática, já que a história da arte está habituada a lidar com obras de autores desconhecidos, ou com atribuições. A obra continuará a ser avaliada, com mais ou menos incertezas.

No que diz respeito à sua faceta de ilegalidade, apesar de se tratar de um campo possivelmente problemático, terá que se manter como uma das mais importantes características deste movimento. A sua força e energia só assim surgem, sendo perdidas ou forçosamente abandonadas quando esta ilegalidade deixa de estar presente, descaracterizando este tipo de trabalho, como já vimos acontecer nas primeiras tentativas de institucionalização.

Tanto o *graffiti* como a *street art* devem ser vistos como parte de uma cultura urbana visual, sendo necessária uma análise mais ampla de ambas, tratando-se de reflexos de uma experimentação constante da visualidade contemporânea. A prática de muitos dos seus intervenientes, sendo eles *writers* ou *street artists*, desenvolveu-se através de trocas com a cidade, relacionando-se directamente com o ambiente construído e cultural desta (Waclawek, 2011: 159). Da mesma forma que os artistas da *Pop art* copiaram a cultura

consumista em que viveram, também os *street artists* adoptaram estratégias de publicidade e imagem, misturando as diferenças entre bens de consumo e arte. Alargar o campo de estudo da história da arte torna-se assim necessário, para que surjam novos trabalhos. O contacto com a imagem, e principalmente os efeitos que do seu contacto resultam, tem vindo a moldar a vida de todos os que habitam em espaço urbano. Tanto o *graffiti* como a *street art* mostram isso mesmo.

Estudar *street art* é estudar um universo onde a ideia de arte é constantemente desmaterializada, quer pelo uso de materiais não usuais quer pelo imenso campo imagético disponível. Da mesma forma que outros artistas contemporâneos, os *street artists* encontram-se envolvidos por uma cultura consumista e exploram todas as estratégias aplicadas por ela de forma a subverta-las, criticando também o mundo da arte (Waclawek, 2011: 169).

Apesar de já existir há cerca de quarenta anos, o *graffiti* é ainda um movimento em expansão. Torna-se difícil estabelecer quais as figuras mais importantes no seio do movimento, já que possivelmente foram em grande número aqueles que desenvolveram um longo e importante percurso no seio da comunidade, mas que passaram despercebidos ao mundo da arte. A sua aceitação e classificação como arte dependem unicamente de cada um dos seus observadores, do seu percurso até entrar em contacto com a peça e é claro, do seu gosto.

É possível que o seu estudo mais aprofundado apenas se desenvolva quando este movimento se encontrar totalmente formado, ou pelo menos um pouco mais definido em termos de práticas, o que poderá levar a longos anos de espera. O *graffiti* está em constante mudança, com novas camadas de tinta, novos autocolantes, utilizando novos materiais e novas técnicas que vão criando uma linguagem cada vez mais original, imbuída no design e ilustrações contemporâneos (Manco, 2004: 7).

4. Portugal e as primeiras manifestações

Enquanto o *graffiti* se desenvolvia e disseminava por todo o globo, Portugal vivia os primeiros anos após a revolução de 25 de Abril de 1974, com toda a intensa actividade política e toda a liberdade de expressão. O espaço público foi a partir de então visto como o lugar de eleição para partidos, associações, movimentos e cidadãos se expressarem (Moore, 2010: 6).

No entanto não foi a primeira vez que os muros das cidades foram utilizados para manifestações. Ainda durante o Estado Novo era nas ruas que a oposição política e os estudantes se expressavam, mostrando-se opositores do regime e defendendo os valores da democracia, correndo grandes riscos. Fortemente reprimidos pelo poder político, ganharam nova vida com a queda do mesmo, sendo a rua usada para propagandear e promover ideologias ou ainda para comunicar (fig. 76, 77, 78 e 79). Tratavam-se de grandes murais com ligações aos murais mexicanos, albaneses, maoistas ou ainda soviéticos, sendo acompanhado de frases soltas, slogans e da expressão estética dos artistas (Moore, 2010: 7). Tudo servia para pintar as paredes, desde o pincel, a trincha, o rolo, o *stencil*, a lata de *spray*, cartazes e ainda colagens.

O vermelho dominava as paredes, acompanhando a expressão política, individual e artística (figura 70). Portugal via então surgir o que podemos chamar de *graffiti* político e popular, que cobriu paredes um pouco por todo o país. Com o tempo chegaram novas e mais organizadas formas de propaganda política, marcada também pela crescente estabilidade que se seguiu.

A chegada dos fundos da União Europeia criou uma prosperidade material desconhecida até então. Portugal entrou então num processo acelerado de desenvolvimento, que promoveu também a corrupção e o aumento das desigualdades.

4.1. O *graffiti* em território nacional

É durante a década de 1980 que, tal como a restante Europa, Portugal assiste à chegada de uma importação cultural: o *hip-hop*. Este chegou através de filmes, livros, discos e nos meios de comunicação (Pereira, 2003). A febre que acompanhou o movimento chegou também a Portugal, onde muitos jovens desejaram ter nascido no Bronx, surgindo os primeiros concursos de *breakdancing* um pouco por todo o país, chegando mesmo a ter algum destaque num dos programas de televisão mais vistos ao domingo, “O Passeio dos Alegres” apresentado por Júlio Isidro (Moore, 2010: 7).

Começam também a surgir nas paredes dos principais centros urbanos nacionais várias pichagens, com frases como “*Hip-hop Don’t Stop*”. Surgiram também alguns *tags*, copiando o que era visto nos ecrãs de cinema e nas capas dos discos, mas faltou-lhes consistência para se manterem. O *graffiti* não encontrou em Portugal a mesma força necessária para se manter que encontrou noutros países europeus (Moore & Cruz, 2007:

56). Nem mesmo a presença do muralismo político pôde desempenhar um importante papel. Portugal, já sem o Estado Novo, vivia um grande isolamento.

É apenas em finais da década de 80 que o *graffiti* começa a surgir, de forma consistente. A passagem de *writers* internacionais, em 1988, que deixaram alguns *tags* e *throw-ups* na zona de São Pedro do Estoril e em Cascais, como é o caso de SHOE e WOLF, podem ter deixado influências. Em Lisboa, surge no bairro da Lapa uma peça com várias cores a dizer “*Hell’s Kitchen*”, que pode ter sido executado por *writers* espanhóis (Moore, 2010: 8). Miratejo tornou-se num dos vários centros onde vários *writers* sobreviveram à passagem da moda do *hip-hop*. DOJO trabalha então de forma quase solitária até inícios da década de 90.

Em paralelo, Carcavelos assistia a algumas mudanças que iriam alterar o *graffiti* em Lisboa e a nível nacional: um pequeno grupo de jovens aprende com um francês que assinava KAZAR, surgindo a *Criminal Assassins Crew* (Moore & Cruz, 2007: 57). Uma escola secundária local decide, após o interesse dos professores de artes, apoiar a actividade destes jovens, autorizando a pintura de paredes interiores na escola. Esta representou uma importante oportunidade para melhoramentos técnicos por parte destes jovens. É este mesmo grupo que compõe a *Criminal Assassins Crew*, a primeira *crew* nacional onde encontramos nomes como MISTIK, SPIN e GIZMO. O número de entusiastas em torno destes *writers* cresce, e daí saem nomes como SONIK, SPANKY, SAPHIR, ANGEL e DR. MAD, entre outros. A técnica e a estética dos *writers* da CAC eram elevadas, encontrando-se a um mesmo nível que outros *writers* faziam no resto da Europa (Moore, 2010: 9).

Durante a década de 90 há ainda alguns partidos que se mantêm a pintar murais. São eles a CDU e o PSR, mas há alguma participação do PCTP-MRPP, em crescente desuso.

4.1.1.A década de 90

Na década de 90 chegam a Portugal, mais especificamente à zona de Paço de Arcos, *tags* de NOSER e LINE, *writers* estrangeiros em visita ao país. JAM (futuro WIZE e mais tarde NOMEN) começa a pintar em Carcavelos, com um grupo ligado à CAC. Este torna-se o herdeiro desta primeira onda, começando a pintar de forma regular com KASE ONE. Estes dois *writers* tornam-se fundamentais para a difusão do *graffiti* pelo

restante país. Junta-se a eles SAXE (EXAS) e YOUTH, formando a PRM⁴⁷. Estes iniciam o *bombing* junto da linha de Cascais e seguindo em direcção a Lisboa, onde paredes públicas como as das Amoreiras, Campolide e Belém se tornaram *Hall of Fame*. A partir daí, o público pôde ver o estilo de *graffiti* que pintavam. O *graffiti* português é moldado graças a este grupo e à sua intensa actividade, à qualidade dos seus estilos e a uma forte atitude (Moore & Cruz, 2007: 57).

Nos anos seguintes surgiram novos *writers* nos subúrbios em volta de Lisboa, tornando-se numa prática dominante na região de Lisboa, como focos nas linhas de Cascais e Sintra, e ainda na Margem Sul (Moore, 2010: 9). A zona de Carnaxide e Linda-a-Velha recebeu a prática através de KASE, que contribuiu para o aparecimento da THC *crew* e à MWA *crew*. 1993 é também marcado pela visita de André⁴⁸, o *street artist* e *writer*, que pinta murais nas Amoreiras e em Alcântara, para além dos seus tags.

O ano de 1994 surge com a publicação de uma entrevista com os PRM KASE, WIZE e EXAS. Oeiras promove o *graffiti* criando o primeiro concurso “*Graffiti Oeiras*”, que mais tarde se torna num ponto de encontro importante para a cada vez maior comunidade. Mais tarde torna-se no “Festival de *hip-hop* de Oeiras”. WIZE pintam neste festival com o *writer* inglês ROUGH, num evento do Armazém 21 em Lisboa e em Carcavelos. Carcavelos já se havia tornado no mais famoso *Hall of Fame* do país (Moore, 2010: 10).

O *graffiti* é difundido em locais como Amadora, Cacém e Mem Martins graças ao trabalho de EXAS ao longo da linha de comboio de Sintra. POLO, um dos membros da NCA *crew*, chega a território nacional e introduz o uso de latas da marca Sparvar e pouco depois da Montana, trazendo também as primeiras *skinny caps* para Portugal. Antes da sua chegada, as marcas utilizadas eram a Autolac e a Bricobri.

Carcavelos e Almada, e também a Margem sul, aproximam-se quando KASE estreita contactos com DOJO, em Miratejo. Começam a surgir nomes como REVOLT, TAPE, MAZE e TIME, entre muitos outros (Moore, 2010: 10). A partir de 1994, e graças ao contacto estabelecido com a PRM, a margem sul é atingida por uma nova vaga de onde

⁴⁷ Inicialmente Pyromaniacs, mas mais tarde torna-se Paint Rackin’ Mafia. Esta vai tratar-se de uma das mais importantes *crews* nacionais. Estabelecem contactos com nomes como ROUGH e POLO, iniciando uma troca de conhecimentos e experiências.

⁴⁸ André aka Monsieur A, aka Monsier André. Este artista parisiense de ascendência portuguesa visitou Portugal em 1993 para pintar um mural nas Amoreiras para promover o trabalho da Associação Abraço.

surge uma grande profusão de estilos nas mãos de *writers* como TAPE, REVOLT (mais tarde ISE) ou DARKO (Moore & Cruz, 2007: 64).

É criada em 1995 uma das *crews* que ainda hoje se mantem em actividade, a GVS *crew*, juntando alguns nomes que pintavam e escreviam na zona de Benfica e arredores, como ART e CREYZ. Benfica é então invadida por um grande número de *writers* e *bombers*, iniciando-se o ataque a comboios também nesta linha. Outros jovens criaram a FM e a FYA *crew*, ligadas a DOSE – que iria desempenhar um importante papel como impulsionador da cena ilegal em Lisboa –, onde se incluem nomes como SAM, SIZE e BROKE, entre outros. O Algarve é também atingido por um ramo da GVS que inicia o contacto com o *writer* KOMER, que pintava nesta zona desde 1989. Na Pontinha surgem vários *writers* ligados à PBC *crew*, enquanto na Linha de Cascais continuam a surgir *writers* com ligações a EXAS e com ligações estrangeiras, como é o caso de STEPH, DEBOSE, entre outros, ligados a *crews* como RMC e DBC.

Começam também a surgir na linha de Carcavelos/Estoril os primeiros *writers* sem ligações ao *hip-hop* e com orientações anarquistas, como é o caso de SWERV, K12 ou MERS. O seu *graffiti* possuía um carácter mais político e interventivo, reunindo-se em torno da Scum Family *Crew* – HAC, com ligações à BMF do *writer* SNOE, que havia pintado com KAZAR em 1989, em Carcavelos. Este grupo tinha também ligações com um activista da SHARP (Skinheads, anti-racistas e anti-fascistas) que pintava frases de natureza política nas paredes de Lisboa.

KASE, através de DOJO, entrava em contacto com o *writer* luso-espanhol BUNI. Este teve um papel determinante no aumento das missões e *train writing*. A PRM conhece também o *writer* luso-italiano SHAMPO ONE, que nas suas frequentes visitas pinta com membros desta *crew* (Moore, 2010: 10).

O Bairro Alto é a zona de Lisboa onde vão surgindo intervenções em *stencil*. NEMO, um artista de *stencil* francês, visita Portugal em 1995 e deixa dezenas de stencils de grande escala um pouco por todo o centro, bem como em Cacilhas, do outro lado do rio Tejo.

Surge em 1995 a primeira revista de cultura urbana, a “URB”, onde KASE escreve sobre o *graffiti* a nível nacional e internacional. Em 1996, LIS ONE é convidado para a PRM *crew*, passando a utilizar MACE (e mais tarde MOSAIK). O *graffiti* nacional começa então a ser perseguido, sendo a pintura de um comboio em Cascais motivo para

membros da PRM serem apanhados pela polícia e alvos de um processo em tribunal (Moore, 2010: 11). EITH (mais tarde ODEITH) começa a pintar e cria o *Hall of Fame* da Damaia. Surge a NCW crew com ligações a KEAN (mais tarde CAB) e a ABC crew, que era uma das poucas crews de Lisboa, ligada a REO/YUCK.

Portugal é então incluído no arquivo internacional do primeiro website dedicado ao graffiti, o Art Crimes (*graffiti.org*), com paredes e comboios da PRM. Abre também a loja “Big Punch” – de *streetwear* – no Chiado, responsável pela segunda revolução no graffiti ao comercializar a marca Sparvar e no ano seguinte a Montana Hard-Core, bem como revistas, vídeos e acessórios. Pluricolor, Dupli-Color e Bricobri eram as latas que circulavam no mercado nacional. Eram os *writers* que fabricavam o seu próprio material, procurando caps em produtos com difusores, como era o caso dos perfumes, e recorriam a agulhas de seringas, disponíveis em farmácias, para criar linhas ultra finas (Moore, 2010: 13). Com a chegada dos produtos especializados, combinado com a criação de um ponto de convergência para a comunidade, o graffiti em Lisboa mudou.

A partir de então, foi possível formar alianças entre *writers*, planear missões e ataques, de forma a conquistar a cidade. Com as novas tintas chegaram cores mais efusivas e caps para todo o tipo de traços. Foi possível alterar a forma como o graffiti nacional era feito, as cores com que se expressava e como se apresentava.

A primeira revista nacional, a “D’Outros Tipos”, sobre graffiti surge em 1997. No ano seguinte KASE lança a “Filthy”. A PRM termina a sua actividade, sendo que vários dos seus membros se juntam a uma crew mais empenhada no *bombing*: a FDP.

Também a linha da Azambuja foi atingida por um aumento da acção, através de DYF e RAK. Mais tarde também a NCB crew, ainda no activo, trabalha nesta linha. Concursos e eventos multiplicam-se, o graffiti dissemina-se de forma legal e ilegal por toda a região e os *writers* de Lisboa começam a viajar pelo país, deixando as sementes para novos núcleos surgirem (Moore, 2010: 13).

André volta a visitar Lisboa em 1997, mostrando uma nova direcção mais artística que ganhava presença na Europa, sem ligações ao graffiti de Nova Iorque. Espalha o seu “Monsieur A” por toda a cidade e vende também telas. ZEN e MUSHROOM são os primeiros a utilizar o *stencil* de uma forma consistente e assinada pela cidade. As colagens são pela primeira vez utilizadas em 1998, pela mão de 100 PALAVRAS, que também pinta alguns *stencils*.

Vasco Rodrigues organiza com a Câmara Municipal de Oeiras, em 1999, o “1º Encontro Internacional de *Graffiti*”. Este evento traz a Portugal inúmeros nomes conhecidos do *graffiti*, como é o caso de LOOMIT, OS GÊMEOS, MORITZ, entre outros (Moore, 2010: 14). É lançada a primeira revista credível, a “Subworld”⁴⁹, publicada por CAB e CHEF da NCW *crew*. Surgem os primeiros autocolantes, caseiros, por parte de *writers* inspirados pelo que viam no estrangeiro e decidem utilizar novas ferramentas.

Lisboa surge a partir de então com novos nomes e novas tendências. Há um aumento das visitas por parte de *writers* estrangeiros, começando a surgir também uma vaga de ilustradores e artistas gráficos interessados na prática. A rua é assim, de todos.

4.1.2. A mudança de século e o panorama actual

A viragem do século trouxe a criação de uma nova *crew*, na Margem sul. A LEG *crew* nasce a partir de uma conversa entre os *writers* KLIT, HBSR81 e HIUM. Rapidamente se volta para a prática do *Hall of Fame*, permitindo assim aos seus membros desenvolver a vertente artística (Moore & Cruz, 2007: 70). São convidados vários *writers* que encaixavam no tipo de trabalho da *crew*: em 2001 MAR, vindo do Seixal e já com algum trabalho desenvolvido com alguns membros da *crew*, em 2003 RAM, vindo de Sintra e com orientação dos já míticos WIZE e EXAS. Mais tarde foram também convidados BRAI, CHURE e HIMS, compondo *Hall of Fames* que os caracterizariam em Portugal e que lhes dariam reconhecimento a nível internacional. VHILS é a última adição à *crew*, feita em 2005.

Outras *crews* e novos *writers* surgiram, bem como novos eventos, que impulsionaram a prática do *graffiti* em Portugal. Também a *street art* soube aproximar-se, muitas vezes através de *writers* que sentiram a necessidade de melhorar a sua prática, enveredando por novos materiais ou técnicas.

Desde os seus primeiros passos em território nacional que se assistiu a um grande desenvolvimento por parte do *graffiti* e da *street art*, que a par da nova realidade sociopolítica e económica, veio alterar a vida dos portugueses. O número de seguidores é cada vez maior e está cada vez mais preparado para receber estas e outras expressões. Também os seus praticantes são em grande número, o que no entanto não é de estranhar

⁴⁹ A anterior revista “D’outros tipos” era o que se pode chamar de revista caseira (Moore, 2010: 13).

já que para muitos deles pode resumir-se a uma prática motivada pela popularidade que tanto a *street art* como o *graffiti* actualmente possuem.

Podemos facilmente perceber que a região de Lisboa já não é hoje a única região do país onde é possível detectar a presença de *graffiti* ou outros tipos de manifestações gráficas e visuais, nas ruas. São cada vez mais aqueles que através das mais diversas fórmulas procuram reclamar o seu espaço e que procuram intervir, tanto em espaço urbano como em espaço rural. Com mais ou menos resistência, o *graffiti* e a *street art* vão-se enraizando nos lugares e nas pessoas. Desde cidades como o Porto, Aveiro ou mesmo Abrantes ou Covilhã, é possível encontrar algum tipo de manifestação nas ruas.

Actualmente, e mesmo com os constantes conflitos entre apoiantes e opositores, o *graffiti* corresponde a um movimento plenamente instalado no panorama nacional, surgindo todos os dias novas práticas e novos praticantes. À sua volta surgiram lojas dedicadas à venda de material especializado, como é o caso da Dedicated Store e da Montana, bem como de acessórios, criando lugares de convergência onde é fomentada a troca de experiências e ideias.

Tal como aconteceu no resto do mundo, alguns *writers* sentiram a necessidade de evoluir, entrando assim no mundo da *street art*. Esta é também uma prática em expansão no nosso país. Também em Portugal começa a surgir uma vaga de jovens com formação em belas-artes, ou ainda em *design*, interessados em experimentar desenvolvimento de trabalho nas ruas, de forma mais legal ou ilegal.

4.2. Eventos e projectos nacionais

Com o crescente interesse devotado tanto ao *graffiti* como à *street art*, têm vindo a surgir diversos tipos de eventos a nível internacional. Não fugindo à regra, têm vindo a surgir também em Portugal diversos eventos e projectos que procuram, através da dinamização destes campos, criar não só um público informado, pois só devidamente informado este consegue entender o que lhe é apresentado, mas também apresentar a região onde este decorrerá.

Surgem assim oportunidades para apresentar o país, ou determinadas regiões pouco divulgadas, a artistas internacionais, que desconhecem a realidade nacional, bem como para proporcionar a oportunidade ao público nacional de interagir com os seus trabalhos. Os artistas nacionais são também chamados a participar, podendo muitas vezes ser artistas locais. Pode também representar uma oportunidade para o artista

trabalhar fora do seu território habitual. Tanto a presença de artistas nacionais como internacionais pode também funcionar como rampa de lançamento para novos artistas locais ou para o aumento de qualidade daqueles que já existem.

Criar um evento deste tipo exige, para além da participação dos artistas, uma boa logística e alguma receptividade por parte da população. Ao contrário do que se possa pensar, este tipo de eventos tem uma maior receptividade longe dos grandes centros urbanos, já que se representam uma novidade, pois estas populações não estão habituadas a conviver numa base diária.

A aceitação deste tipo de eventos resume-se aos resultados obtidos pelos diversos projectos. Estes são claros e por vezes motivam outras cidades a criar projectos semelhantes, com o uso do *graffiti* e da *street art*. É facilmente perceptível que existe um público que procura acompanhar este tipo de iniciativas, não só a nível local, dinamizando assim a economia local. Trata-se também de um público muito heterogéneo, sendo possível encontrar todas as classes sociais, todas as idades e todas as etnias no seu seio.

São em cada vez maior número, começando a surgir de norte a sul do país, já tendo mesmo atingido os arquipélagos. Cada um com a sua função, utilizam a *street art* e o *graffiti* para melhor dialogar, quer seja com um público mais jovem ou de idade mais avançada. Podem por vezes corresponder a eventos com apenas uma edição, mas deixam o caminho aberto para futuras iniciativas.

4.2.1. GAU – Galeria de Arte Urbana

Nascida no seio do Departamento de Património Cultural da Câmara de Lisboa, a GAU – Galeria de Arte Urbana⁵⁰ iniciou actividade em 2008 com cinco painéis instalados na Calçada da Glória. Outros dois painéis foram adicionados, à medida que se foram estabelecendo exposições com a curadoria da GAU e mostras de Arte Urbana (fig. 86 e 87). A GAU tem, entre vários objectivos a procura pela valorização da *street art* e do *graffiti* como expressões artísticas com cada vez mais importância em grande parte do mundo.

Lisboa é uma cidade desafiante para o convívio entre a arte urbana e todas as expressões artísticas que encontramos na rua, como o azulejo, a calçada portuguesa,

⁵⁰ <http://galeriaurbana.com.pt/>

entre muitas outras. Tornou-se portanto importante salvaguardar estas expressões e manter uma ligação harmoniosa com a *street art* e o *graffiti*.

Surgiram diversos eventos, de iniciativa própria ou privada, alguns deles marcantes para a cidade. Para além de promover eventos, procura promover a reflexão, investigação e publicação sobre *graffiti* e *street art*, procurando também promover a compreensão deste novo fenómeno. Esta procura ainda democratizar o acesso às oportunidades de todos aqueles que se mostram interessados em desenvolver trabalho de forma legal na cidade de Lisboa⁵¹.

A GAU tem também como missão promover o *graffiti* e *street art* num ambiente autorizado. Ao mesmo tempo que procura aplicar os princípios de salvaguarda e conservação do património presente em Lisboa, procura também sensibilizar para a arte urbana presente em Lisboa.

Entre as diversas iniciativas desenvolvidas pela GAU encontramos o projecto CRONO, o primeiro projecto internacional, que trouxe a Portugal nomes como o italiano BLU, a britânica Lucy Mclauchlan ou ainda o colectivo brasileiro OSGÊMEOS (fig. 88, 89 e 141), o projecto “Reciclar o Olhar”, que permitiu pintar diversos vidrões espalhados pela cidade de Lisboa e ainda as várias edições do “Rosto do Muro Azul”, entre outros projectos de grande e pequena escala (fig. 80, 81, 82, 83, 84 e 85). A par dos eventos, foi também criada a “Timeline: Arte Urbana em Lisboa”⁵² que permite traçar uma retrospectiva tanto de murais como *graffiti* e *street art*, desde o 25 de Abril de 1974 até à actualidade. Para além de traçar a evolução desta prática na cidade, é possível entrar em contacto com peças já desaparecidas. Este trabalho de inventariação pode também ser feito por todos os interessados, sendo para isso necessário submeter a informação necessária.

4.2.2. WOOL – Festival de Arte Urbana da Covilhã

Tendo como pano de fundo a Serra da Estrela, nasceu na cidade da Covilhã no ano de 2011 o WOOL – Festival de Arte Urbana da Covilhã⁵³. Este surgiu com a finalidade de trazer para o interior de Portugal, e para as paredes da cidade, intervenções de artistas

⁵¹ Neste momento existem diversos muros onde os *writers* podem pintar livremente, como é o caso do Largo da Oliveirinha, da Rua Artilharia 1 e do chamado muro das Amoreiras (Avenida Conselheiro Fernando de Sousa).

⁵² <http://galeriaurbana.com.pt/timeline/>

⁵³ <http://www.woolfest.org/>

urbanos. Este procurou também despertar o interesse da comunidade para a arte contemporânea, nomeadamente para a arte urbana.

O WOOL – Festival de Arte Urbana da Covilhã é uma iniciativa da empresa Formas Efémeras, com o apoio da Câmara Municipal da Covilhã e com fundos da Direcção-Geral das Artes e apresentou-se como um festival composto por uma programação ligada à arte urbana. Cada evento realizado correspondeu a uma nova peça no espaço urbano, que pôde ser acompanhado pelo público (fig. 90, 136, 139 e 140).

Para além das peças, foram também realizados *workshops* e conversas com artistas, de forma a melhor promover o contacto entre público e artistas, e assim promover os seus trabalhos. Através de um roteiro facilmente retirado do *site* do festival, é possível percorrer a cidade e encontrar as várias peças que fizeram parte dos diversos eventos.

A imagem da cidade foi assim renovada. A partir de quatro eventos principais, chegaram à cidade da Covilhã artistas de renome internacional, com diferentes técnicas para melhor ilustrar a diversidade de estilos que se encontra presente na arte urbana. Assim, ARM collective – com o seu trabalho muito ligado ao *graffiti* e grande adaptabilidade à parede onde pintam –, VHILS – com os seus famosos rostos escavados nas paredes –, BTOY (fig. 55, 56 e 57) – com a combinação do *stencil*, da fotografia e ainda do autocolante –, e o Inside Out Project (do francês JR)⁵⁴ deixaram a sua marca na cidade.

A organização do festival é composta por três membros: Lara Seixo Rodrigues, Pedro Seixo Rodrigues e ainda Elisabet Carceller. Ao contrário de outros festivais, este desenrolou-se ao longo de quatro meses, tendo início com a intervenção do ARM collective entre 29 de Setembro e 4 de Outubro, no edifício junto da Igreja de Santa Maria. Entre 21 e 26 de Outubro foi a vez de VHILS, na rua Visconde da Coriscada. A espanhola Btoy entrou em acção entre os dias 7 e 13 de Novembro, deixando a sua peça principal na rua 1º de Dezembro, bem como muitas outras de pequenas dimensões pela restante cidade. O mês de Dezembro ficou marcado pela participação no Inside Out Project, que no caso da região contou a história de vida de antigos trabalhadores das

⁵⁴ JR e o seu Inside Out Project foram galardoados com o prémio TED em 2011. Este projecto apela à participação da comunidade, tanto indivíduos como em grupos, de forma a recolher histórias não contadas. Estas mesmas histórias são contadas através de fotografias a preto e branco que são trabalhadas e impressas em *posters*, que posteriormente são colocados no local de destaque de cada comunidade.

fábricas de lanifícios da Covilhã, que foram encerrando gradualmente, sendo os *posters* aplicados em diversas fábricas da cidade.

Para além dos quatro eventos principais, surgiram diversos eventos chamados de “*off fest*” e de “EXTRA WOOL”, onde diversos artistas nacionais e internacionais puderam deixar a sua marca na cidade (fig. 90), como é o caso de Diogo Machado aka Add fuel to the fire, Pieter Frank de Jong aka pfff (fig. 91) ou ainda de Mário Belém, entre outros.

A ligação com a região é muito forte, sendo reflexo disso o nome do evento. Este surgiu das semelhanças que existem entre as palavras *lã* e *parede*, em inglês, WOOL e WALL respectivamente, funcionando também como uma homenagem à história e à identidade da cidade. O festival utilizou paredes legalizadas, preferencialmente aquelas que melhor se adequavam aos artistas. Após a aceitação por parte da câmara municipal, foi necessário entrar em contacto com os vários proprietários para que aceitassem o projecto. Nem todos o fizeram, mas o projecto foi recebido com grande entusiasmo. A população mostrou-se receptiva, divulgando o que estava a acontecer no centro da cidade. Como acontece noutros centros urbanos, o centro da cidade é maioritariamente habitado por idosos, que não só acompanharam com algum entusiasmo o processo, como aceitaram as peças, já que estas estavam a valorizar o lugar.

A cidade da Covilhã, antes do festival, não possuía até então o que se pode considerar de cultura do *graffiti*. Após a primeira, e até agora única, edição do festival, criou-se uma relação interessante entre a população e as peças. A população recebeu as peças e apropriou-se das mesmas, cuidando delas para que estas se mantenham por mais tempo. Algumas das peças já desapareceram, como é o caso das peças de Diogo Machado, e existem também alguns casos de *crossing*, sendo exemplo disso umas das várias peças de Btoy.

A organização pretende manter-se na cidade da Covilhã, já que o nome do festival está muito ligado a esta região. No entanto há a hipótese de atingir outras cidades através de outros projectos ou com alguma ramificação do WOOL. O público-alvo deste festival seriam jovens e adultos entre os 12 e os 40 anos, tendo ainda em atenção a comunidade universitária presente na cidade. No entanto, atingiu um grupo mais amplo, também proporcionado pela realização dos eventos durante o fim-de-semana,

possibilitando a chegada de visitantes de distritos vizinhos, como o da Guarda, mas também de outras regiões do país.

No âmbito deste festival surgiram também diversas iniciativas, como é o caso do LATA 65. Este projecto pretendeu aproximar jovens e idosos através da arte urbana. Com a colaboração do Centro Paroquial de Alcântara foi formado um grupo, que durante uma semana aprendeu as mais variadas técnicas, contactando com alguns artistas como TOSCO, ADRES, MAR e MAISMENOS. Durante cinco dias, este grupo aprendeu sobre a história do *graffiti* e da *street art*, sendo desenvolvido um *tag* próprio, o corte e aplicação de *stencil*, terminando com a execução de um mural, mostrando que também os menos jovens podem praticar *graffiti* e *street art*.

4.2.2.1. Wool On Tour

Surge na cidade de Lisboa uma ramificação do festival da Covilhã, o WOOL ON TOUR. Este instalou-se na LXFactory após ter recebido o convite para ocupar algumas das paredes desta plataforma de trabalho, de forma a criar uma ponte de ligação entre a Covilhã e Lisboa. O evento é realizado durante o ‘*openday*’ da LXFactory, realizado duas vezes por ano nos meses de Maio e Novembro, trazendo nas três edições já decorridas trabalhos de nomes como Akacorleone, Mário Belém ou TARGET, entre outros (fig. 92). O número de artistas convidados tem vindo a aumentar, sendo agora possível encontrar o trabalho de um artista internacional, MR. TAZO, entre o grande número de participações nacionais, já que a intenção destas intervenções é mostrar o que de melhor se faz em território nacional.

4.2.3. Walk&Talk Azores – Festival de Arte Pública

O Walk&Talk Azores – Festival de Arte Pública⁵⁵ é organizado desde o ano de 2011 pela associação Anda&Fala – Interpretação Cultural, uma associação cultural sem fins lucrativos que se dedica à dinamização do espaço público e à intervenção social através da arte. Esta associação foi criada em 2011 por Diana Sousa e Jesse James, com o objectivo de promover os Açores através da cultura, com especial atenção para as expressões artísticas contemporâneas, muito poucas vezes exploradas em centros periféricos insulares, como é o caso do arquipélago dos Açores. A associação Anda&Fala procura então destacar o sector cultural como um sector importante para o

⁵⁵ <http://walktalkazores.org/>

desenvolvimento sustentável dos Açores, procurando actuar em parceria com outras associações e entidades culturais.

Como forma de tornar o evento marcante, e através da experiência pessoal dos seus organizadores, tornou-se evidente a necessária presença da arte urbana. A cidade de Ponta Delgada foi assim tornada num museu ao ar livre, sendo utilizadas algumas das suas paredes que mais necessitavam de uma intervenção. Criou-se assim o ponto de contacto entre a cultura elitista e popular tão presente neste arquipélago, que contou com diversos apoios, como a Direcção Regional da Juventude ou a marca de tintas CIN.

Este festival tornou-se assim naquilo que a organização chama de férias criativas – com todas as despesas pagas pela organização –, onde os artistas são convidados a participar e onde não existe um tema em comum, sendo-lhes apenas apresentados os locais disponíveis para serem intervencionados. Todas as intervenções são feitas em espaços disponibilizados para o festival, sendo que se afastou toda a discussão sobre se de facto este tipo de arte pode ou não ser considerado arte ou ainda se se trata de uma forma de vandalismo.

Com a chegada do festival, não só se criou uma visão positiva sobre o *graffiti*, como se convidou a população a participar na execução das peças. Grande parte do material utilizado para o festival é doado ou ainda emprestado pela população.

Para além do grande número de artistas portugueses, entre eles Alexandre Farto aka VHILS, e de forma a tornar o evento apelativo, a primeira edição contou ainda com um conjunto de nomes internacionais, como o espanhol ESCIF (fig. 93 e 94), o holandês FAKE (fig. 95 e 96) e ainda o colectivo ucraniano INTERESNI KAZKI (fig. 97, 98 e 99). A edição de 2012 também contou com nomes sonantes como o canadiano ROADSWORTH (fig. 99) e o americano MARK JENKINS (fig. 100), mas também com alguns artistas portugueses, como é o caso de HAZUL (fig. 101 e 102). O número de participantes tem vindo a aumentar, desde a primeira edição, onde 30 artistas foram convidados, passando para mais de 40 na edição de 2012 e, mais de 60 na edição de 2013, entre eles o venezuelano TOPO (fig. 103), o português BORDALO II (fig. 104 e 108) e ainda a britânica Lucy Mclauchlan (fig. 105, 106 e 107). A diversidade tem vindo também a aumentar, sendo possível encontrar artistas plásticos, *designers*, realizadores e arquitectos entre os convidados.

Para além dos trabalhos na rua, existem também uma galeria, *workshops*, concertos e encontros temáticos. A Galeria W&T proporciona o contacto entre os criadores e o público, recebendo também a exposição colectiva. Neste espaço é também possível encontrar um espaço dedicado à apresentação de projectos artísticos e um espaço de trabalho. Foi também criado um mapa, disponível no *website* do festival, onde se encontram identificadas todas as intervenções realizadas durante as várias edições do festival.

Este festival abriu o caminho ao experimentalismo, onde nomes destacados e jovens talentos se juntam, apresentando os seus trabalhos. A insularidade proporciona alguma liberdade no que toca ao trabalho dos artistas, que muitas vezes aceitam o convite devido a essa liberdade e ao contacto próximo com a população. Ainda não existe actividade do *graffiti* para além da duração do festival, mas já existe uma grande vontade de a receber por parte da população, que oferece as suas paredes.

5. Writers e Crews em contexto nacional

Para melhor se compreender a realidade nacional, é necessário conhecer alguns dos exemplos existentes tanto no *graffiti* como na *street art* na actualidade. Existe uma cada vez maior diversidade entre os diversos praticantes, sendo hoje possível encontrar um grande rol de práticas e uma elevada qualidade presente nos seus trabalhos. As suas origens são também bastante diversificadas, quer seja no que toca a classes sociais, etnias ou idades.

Enquanto existem aqueles que se consideram *writers*, encontramos também aqueles que se encontram no chamado limbo, entre o *graffiti* e a *street art*, e aqueles que recusam qualquer tipo de classificação. No entanto, todos eles escolhem a cidade como local de eleição para deixar as suas marcas.

5.1. O.G.A. Crew

A O.G.A. – Only Girls Allowed (Apenas raparigas permitidas) começou no ano de 2000, entre um grupo de amigas. Frequentar a Escola Secundária António Arroio (fig. 111) permitiu-lhes entrar em contacto com amigos que pintavam e com fontes de inspiração para pintar.

Rapidamente começaram a desenhar letras, criaram projectos em papel e nas mesas da escola, para mais tarde pintar nas paredes quando não tinham aulas. No início o

objectivo de ambas era pintar de forma rápida e em locais o mais visíveis possível, incluindo comboios (fig. 109 e 110). O *graffiti* fascinava-as e dava-lhes vontade de fazer mais. Nos primeiros anos esta *crew* foi composta por quatro elementos, GLAM, NURIA, CARE e HIPNOSE, que mais tarde viram juntar-se a elas a *writer* DELICIOUS.

O seu trabalho baseia-se principalmente na letra, com especial atenção para as letras que compõem o nome da *crew*, para além da forte presença da cor (fig. 109, 111, 114, 115 e 116). O tipo de letra utilizado não é constante, sendo possível encontrar alguma diversidade, possivelmente variando consoante o membro que as executava. Estas, para além de pintarem paredes, também praticavam *train bombing* tanto na rede de comboios como no metropolitano de Lisboa. A sua actividade centra-se principalmente na cidade de Lisboa (fig. 120), embora seja possível encontrar registos fotográficos de trabalhos feitos fora da cidade, em locais como Portimão.

Actualmente só dois dos seus elementos se mantêm no activo, NURIA e GLAM, numa vertente mais ligada ao *graffiti* e DELICIOUS, que mantem agora um percurso individual mais ligado à sua carreira na ilustração, com o nome de Maria Imaginário.

5.1.1. GLAM

GLAM começou a pintar aos 15 anos. Durante a sua passagem pela Escola Secundária António Arroio entrou em contacto com o *graffiti* e fez parte de uma *crew*, a OGA. Estudou Design de Comunicação na Faculdade de Belas Artes de Lisboa e actualmente desenvolve trabalho como ilustradora e *writer*. Desde há alguns anos que tem vindo a desenvolver trabalhos que envolvem a técnica do recorte de papel, mas é nas ruas que encontramos os seus mais interessantes trabalhos.

Assume-se como *writer* e vê na sua prática uma necessidade. Deixar o seu nome pela cidade, como cartão-de-visita e como autopromoção (fig. 119). O seu trabalho está muito ligado ao uso da letra, sempre com um toque mais feminino e infantil (fig. 121, 123, 124 e 125), centrando-se a maioria dos seus trabalhos em intervenções ilegais. A cor utilizada sem medo destaca as suas peças para além do tipo de letra escolhido, que vaira consoante a adequação ao local. Os adornos são também uma constante nos seus trabalhos, como é o caso dos pássaros, das setas, de aspas, coroas e ainda de nuvens, tornando estes trabalhos ainda mais apelativos (fig. 123, 124 e 126).

Apesar de viver em Lisboa, é possível encontrar trabalhos seus em cidades como Olhão, Vilamoura e Quarteira, bem como no estrangeiro.

5.1.2. Maria Imaginário (DELLICIOUS)

Antes de ser Maria Imaginário, pintava com o nome de DELLICIOUS. Pintou principalmente pela cidade de Lisboa bolos e outras guloseimas entre 2005 e 2009 (fig. 127, 128, 129, 130, 131 e 132). Procurou contrariar a práticas dos amigos, que faziam *graffiti* baseado na letra e no *bombing*, sem outro tipo de preocupações para além da territorialidade. Com formação em ilustração e banda desenhada pela AR.CO, fez paredes velhas e prédios devolutos ganhar assim alguma alegria. Cores vibrantes e desenhos simples surgem assim um pouco por toda a cidade, captando a atenção daqueles que habitavam a cidade e que não faziam parte do *graffiti*, usando cores e traços fortes dentro de um conjunto de cores sempre presente nos seus trabalhos de rua (fig. 127, 129 e 131).

Procurou pintar em zonas de Lisboa onde não existia uma presença muito forte do *graffiti*, como a zona do Castelo de São Jorge, Arroios ou nos Anjos (fig. 127, 131 e 132). No entanto, talvez a sua obra mais emblemática seja o *bulldozer* a embater num grande coração vermelho, feito no muro de separação entre Israel e a Palestina. A oportunidade surgiu devido ao voluntariado que fez num campo de refugiados de Aida, nos arredores de Belém.

Actualmente enveredou por um ramo diferente, mais próximo da sua formação, adoptando o nome Maria Imaginário. Considera-se assim uma artista plástica. Mantem o traço feminino e infantil, pintando com frequência corações. Trabalhando agora entre paredes, procura criar um ambiente que envolva o observador no seu mundo. Para isso, não usa apenas telas, usa também elementos bordados nas telas, madeira e cria instalações (fig. 133).

Através desta nova identidade já expôs a nível nacional e internacional, como em Londres ou Nova Iorque, em exposições a solo ou em grupo, chamando a atenção pelas suas figuras amorosas e de bochechas coradas.

5.2. ARM collective

Com a colaboração de RAM e MAR surge em 2006 o ARM Collective. O nome nasceu da junção dos nomes de ambos, lembrando também o braço que é tão importante para pintar.

Com estilos diferentes, trabalham à mão livre na parede, resultando em trabalhos muito espontâneos e orgânicos quando se trata de ligar a pintura à parede. Ambos fazem parte de uma geração de *writers* que surgiu afastada da típica ligação ao *hip-hop*, e a conjugação dos seus trabalhos resulta em trabalhos com grande energia.

Desde de 2006 que está incluída na *Eastpak Art Team*. Entre os seus trabalhos incluem-se participações em festivais como o Walk&Talk – Azores ou WOOL (fig. 134, 135, 136, 137, 138, 139 e 140) e em projectos como o CRONO (fig. 141). Mais recentemente participaram no mural “Os Lusíadas para toda a família” em colaboração com a revista Visão (fig. 142).

5.2.1.MAR

MAR começou a pintar em 2006. Ao contrário de outros *writers*, este não pinta caracteres, mas sim personagens, reais ou fictícias (fig. 92 e 145). Nascido em 1974, cresceu no Seixal, na Margem sul, onde estabeleceu uma forte ligação com o mar, de onde surgiu o seu *tag*.

Trabalhou num estúdio de animação em Lisboa, o *Magic Toons*, onde conheceu ROKET e KLIT, com quem se iniciou no *graffiti*. No entanto, foi com FO*SE que começou a pintar no Seixal, através das ligações estabelecidas com a Câmara Municipal do Seixal (Moore & Cruz, 2007: 278).

O *Hall of fame* tornou-se o seu meio de eleição, onde pôde mostrar os seus bonecos e onde podia trabalhar mais o lado técnico. A influência da banda desenhada e da animação é clara no seu trabalho (fig. 146). Após um estágio numa empresa de fardas, trabalhou para uma loja e marca de *street wear*, a Station. Em 2005 dedicou-se a tempo inteiro ao *graffiti*. Desde então tem vindo a participar em diversos eventos como o projecto CRONO, na exposição do VSP (Visual Street Performance), na Underdogs, no festival Walk&Talk e no WOOL.

No seu trabalho encontramos um grande número de mãos, que retira de personagens importantes para captar a atenção do observador, como as luvas do rato Mickey ou do Batman (fig. 144 e 147). De forma a construir novos universos, desconstrói referências do quotidiano para criar os elementos com um toque surrealista (fig. 148). A influência da moda está bem presente no detalhe dado ao tratamento das figuras que encontramos nos seus trabalhos.

Actualmente dedica-se a tempo inteiro ao *graffiti*, sendo um dos *writers* da marca *Eastpak*, e desenvolve vários tipos de projectos, ainda realizando trabalhos comissionados para vários clientes.

5.2.2. RAM

Desde cedo que o ar livre esteve presente na vida de RAM. Aos 10 anos de idade entrou em contacto com o *skate*, e aos 15 começou a surfar. Depois de terminar o 12º ano, optou por não seguir para o ensino superior e seguir para um curso profissional de *design*.

Pintava com aerógrafo, mas rapidamente o apelo da rua o iniciou no *graffiti*. Antes mesmo de começar a fazê-los, já os via em Carcavelos. Em 1997 participa num *workshop* de *graffiti* com WIZE. Surf e *graffiti* surgiram durante muito tempo de mãos dadas, fazendo-o viajar à procura da onda e da parede perfeitas. O seu nome acompanha-o desde pequeno, quando lhe chamavam Ramsés, sendo actualmente a sigla de “Rapid Air Movement”.

Desenvolveu o seu *hall of fame* nas paredes do estacionamento do Sport União Sintrense. Trabalhou o estilo 3D, que a par com o desenvolvimento técnico abriram caminho para a criação de um estilo muito próprio.

Olhar para um trabalho desenvolve-se em torno de três aspectos: a natureza, o psicadélico e o espaço abandonado. Quando olhamos para um trabalho seu, encontramos uma explosão de energia, fruto do imprevisto e podendo considerar-se como *action painting*, selvagem mas que recorre a letras como base (fig. 151).

Estabeleceu contactos com mestres do *hall of fame*, mas também com alguns *bombers* da GVS e FYA *crew*, aprendendo com ambas as vertentes. Em 2000 criou uma *crew* com EXAS, a TSMC – True State of Mind Connection –, passando de seguida para uma outra, a PSX, mais tarde para a CPU e para a 5 STAR. Iniciou um percurso individual, até conhecer KLIT e ser convidado para a LEG CREW, onde organizou exposições individuais e colectivas e desenvolveu trabalho noutras cidades do mundo, como Barcelona ou Berlim, procurando levar o seu trabalho aos quatro cantos do mundo, que juntamente com o surf formam as suas bases para o estabelecimento de um relacionamento com as paredes que pinta.

Desde 2002 que trabalha em nome individual, tendo-se associado à marca *Eastpak*. Desenvolve também trabalhos comissionados, sem nunca abdicar do seu estilo. Juntou-se a MAR e VHILS numa parceria que envolve a participação em projectos de acção social, onde o seu trabalho pode funcionar como ferramenta de exploração de ambos os mundos.

5.3. Alexandre Farto Aka VHILS

VHILS (fig. 154), ou Alexandre Farto, é hoje um dos grandes nomes da *street art* mundial. Nascido em 1987, mudou-se com os pais para o Seixal, na margem sul do Tejo, após a revolução do 25 de Abril de 1974. Aí estudou e entrou em contacto com os murais políticos e as suas cores e ideais. Mais tarde, foi a degradação destes murais e a crescente ocupação do espaço público por parte da publicidade a partir dos anos 90 que lhe deu vontade de intervir. Todo este crescente conflito ofereceu-lhe a vontade de deixar a sua marca e de reclamar o espaço que era seu no seio da cidade (L+Arte, 2008: 47; Nguyen & Mackenzie, 2010: 9).

Lisboa e os subúrbios foram assim explorados, onde a impermanência, o contraste e a transformação do espaço se tornaram aspectos importantes à medida que desenvolvia os seus trabalhos no seio da comunidade. O contacto com os comboios veio desde muito cedo, desde os seus dez anos de idade, quando estes começaram a circular e o seu passatempo era vê-los passar. Aos 13 anos começou a fazer *graffiti*, com alguns amigos de uma forma mais obcecada. Naquela altura não existiam muitas formas de passar o tempo e o *graffiti* tornou-se na melhor forma de interagir com o espaço urbano (Nguyen & Mackenzie, 2010: 9; VHILS, 2011: 15). VHILS pintou comboios para lá de Portugal, fazendo parte da comunidade do *graffiti*, mas cedo se questionou se deveria trabalhar de uma forma mais convencional. Travou conhecimento com o *stencil*, iniciando-se um período de experimentação de novas aproximações e novos materiais. Ao contrário da característica adição de camadas presente no *stencil*, surgiu assim uma oportunidade de através da remoção de camadas surgir um novo tipo de trabalho. O aglomerado de cartazes publicitários, tão presente nas ruas portuguesas torna-se assim numa tela que através da remoção de várias camadas mostra o seu trabalho.

Regressa à parede, mas desta vez com o objectivo de subtrair e escavar nas camadas existentes (fig. 157). Começou assim a utilizar ferramentas pesadas, sendo o seu trabalho marcado a partir de então pela subversão dos materiais e dos suportes. Aos 16

anos⁵⁶ já havia sido entrevistado pelo Wooster Collective, sendo-o novamente aos 20 anos⁵⁷.

Rapidamente percebeu que existia potencial para além da comunidade e em 2005, com um grupo de *writers* amigos (HIUM, RAM, MAR, KLIT e HBSR81, entre outros) cria um espaço que pretendia ser uma extensão dos trabalhos que desenvolviam na rua. Nasce no Espaço Interpress a primeira grande exposição de *graffiti* do grupo em Portugal, a (VSP) *Visual Street Performance*⁵⁸. Quando ingressa na University of Arts (Central College of Art and Design) no ano de 2007 viu surgir em torno do seu trabalho uma crescente divulgação. É convidado em Maio do ano seguinte para participar no *Cans Festival*, em Londres, onde um dos seus rostos surge junto de uma peça de Banksy.

O seu trabalho é hoje caracterizado por uma grande experimentação que o levou a trabalhar com materiais como a lixívia, tintas, ácido, lata de *spray* e ferramentas de construção com o objectivo de criar uma ligação com o carácter efémero da *street art* (Nguyen & Mackenzie, 2010: 9). Os suportes escolhidos são também eles variados: para além da conhecida parede, usa também madeira, metais e também já realizou instalações. Através do seu trabalho procura estabelecer uma ligação com qualquer pessoa que passe pela sua obra.

Tendo como inspiração a cultura visual em que cresceu, cria trabalhos que revelam a história do suporte, mostrando ainda a complexidade do meio urbano (Waclawek, 2011: 153). Ao escavar as paredes, procura revelar o percurso da mesma, transforma o seu trabalho num tipo de arqueologia simbólica que dissecar a história, a cultura e o tempo, e expõe o que ficou tapado, à procura da essência de algo que foi perdido pelo ser humano (VHILS, 2011: 15).

VHILS ficou conhecido pelos grandes rostos escavados em paredes, rostos esses escolhidos de forma aleatória, ou que possuem algum significado para o local (fig. 153, 156, 157, 158 e 159). Manipula a superfície para que esta lhe revele o seu trabalho, destruindo para criar. Desconstrói técnicas e cria grandes rostos cravados na parede. No entanto este método não lhe permite prever o que vai encontrar camada após camada. É assim possível encontrar trabalhos seus onde o material destaca a própria figura, bem

⁵⁶ Ver: <http://www.woostercollective.com/post/profile-VHILS>

⁵⁷ Ver também: <http://www.woostercollective.com/post/one-to-watch-alexandre-farto-aka-VHILS>

⁵⁸ Durante aproximadamente duas semanas, os sete *writers* que compuseram a VSP trabalharam o espaço e dividindo-o em zonas individuais e zonas colectivas (Moore & Cruz, 2007:83).

como algo semelhante a ilusões de óptica (Waclawek, 2011: 154). Ao revelar estes rostos, revela também uma emotividade muito forte (fig. 158), mostrando a simplicidade perdida, revelando a sempre presente evolução, bem como a negligência existentes nas cidades.

Na sua carreira conta com o seu trabalho para a Vera Cortês Agência de Arte e com exposições na Culturgest, no Museu de Arte Contemporânea de Elvas - MACE (fig. 155) ou no Espaço BES Arte e Finança (Grilo, Santos, & Faro, 2012: 26). Encontra-se também representado internacionalmente na galeria Lazarides, em Londres, e na Magda Danysz em Paris e Shanghai (Azevedo, 2012). Actualmente é possível encontrar trabalhos seus nas ruas de grande parte do mundo, através de exposições colectivas ou individuais, tendo recentemente realizado a sua primeira exposição a solo na Austrália. A sua presença tanto na rua como nas galerias e em museus faz dele *street artist* e artista plástico em simultâneo. Está também envolvido no projecto “Underdogs”, projecto esse que procurou criar uma plataforma de trabalho para artistas nacionais e internacionais em Lisboa.

5.4. Tamara Alves

Nascida em Portimão no ano de 1983, Tamara Alves faz hoje parte da crescente comunidade do *graffiti* e da *street art* nacional. A vida em ambiente urbano e o contacto com a arte urbana eram inexistentes, salvo viagens com a família à cidade de Lisboa, onde visitava o muro das Amoreiras e a Linha de Cascais. Filha de pais pintores, recebeu aos 14 anos a sua primeira lata de *spray*, mas por falta de conhecimento da ‘técnica da lata’, entupiu a lata, fazendo-a explodir.

Deixou o Algarve aos 18 anos para estudar Artes Plásticas na Escola Superior de Artes Decorativas, nas Caldas da Rainha. O seu primeiro contacto com o *graffiti* acontece através de um colega de Lisboa, pintando pela primeira vez na rua. Começou a fazer algumas experiências nas traseiras de alguns pavilhões. Através do programa europeu Erasmus viaja para Birmingham, no Reino Unido. É aqui que verdadeiramente entra em contacto com o estilo de vida e com a arte urbana.

A partir então o seu trabalho demonstrou uma clara presença constante da estética urbana e do *graffiti*, possivelmente motivada pela vontade de pintar na rua, mas de não surgirem oportunidades para tal. Sem pertencer a uma *crew*, sem o conhecimento necessário, alguém que a pudesse ensinar e afastada do meio urbano começa a pintar

murais aproveitando a oportunidade que festivais e eventos representavam, permitindo-lhe apresentar os seus trabalhos, as suas ‘instalações urbanas’.

Vai de seguida para a cidade do Porto, onde tira o mestrado em Práticas Artísticas Contemporâneas na Faculdade de Belas Artes. Viveu nesta cidade durante quatro anos, até se mudar para Lisboa. É nesta cidade que surge o convite para pintar um mural em colaboração com José Carvalho, SMILE e Vanessa Teodoro, no âmbito da primeira fase do *Pampero Public Art*⁵⁹, em Santa Apolónia. A partir de então começa a entrar em contacto com um maior número de intervenientes do *graffiti* e da *street art* nacional, surgindo também o colectivo *Colorblind* com José Carvalho (fig. 160, 161, 162, 163 e 164). Os trabalhos deste colectivo resultam de uma fusão dos estilos de ambos os artistas, entre religião e a bestialidade da vida urbana, combinado com a utilização de cores puras.

Desde então tem desenvolvido trabalho individual e em nome colectivo, tendo participado na segunda edição do festival Walk&Talk Azores, na edição de 2012 (fig. 161), no *Wool On Tour* no LX Factory (fig. 163, 164 e 165), em Lisboa, e mais recentemente na exposição da Galeria de Arte Urbana ‘Almada por se7e’ na Calçada da Glória (fig. 166 e 167). Conta também com diversas participações como ilustradora *freelancer* a nível nacional e internacional, com colaborações frequentes com o “Le Monde Diplomatique” (fig. 169). O seu trabalho evidencia influências tiradas da ilustração, caracterizando-se como um trabalho figurativo e tirando inspirações na cidade e nos animais selvagens, estando muito frequentemente presente no seu trabalho a figura do tigre.

5.5. Pantónio

Nascido na Ilha Terceira, na freguesia de S. Mateus em 1975, Pantónio (ou António Correia) utiliza Portugal como o seu parque de diversões. Ingressou aos 16 anos na escola de Artes e Ofícios de Vila Nova de Cerveira. A experiência fora de casa fê-lo não só tornar-se independente como também entrar em contacto com alguns dos artistas que admirava. Não gosta do termo *street art* ou de qualquer outro rótulo limitador. O nome surgiu através de uma antiga colega de trabalho.

⁵⁹ O *Pampero Public Art 2010* surge a partir da *Pampero Fundación*, um projecto de arte pública que procurou promover artistas emergentes. Dividiu-se em três fases – Lisboa, Porto e Outdoor –, tendo-se focado no reaproveitamento de fachadas e espaços devolutos, procurando valoriza-los.

O seu trabalho está fortemente ligado ao desenho, especialmente a uma linguagem construtivista, possivelmente devido ao contacto que teve com revistas soviéticas. Combina diversas linguagens e técnicas, utilizando aquelas que mais sentido faz para o seu trabalho. A sua personalidade interventiva surge também nos seus trabalhos, bem como inconformada e contestatária, mostrando um humor corrosivo e que deixa marcas. O seu trabalho interage também com o meio, quer seja ou não na rua.

O branco e o preto estão muito presentes no seu trabalho, misturando o realismo com a fantasia, onde a cor surge por vezes como ligeiros apontamentos (fig. 172, 178, 179, 180, 181 e 182). Olhar para trabalhos seus pode tornar-se numa experiência desconcertante, tanto pela simplicidade como pela profusão ou ainda pela forte presença da linha (fig. 179).

Entre os seus trabalhos podemos encontrar a participação na edição de 2011 do festival Walk&Talk Azores (fig. 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176 e 177), bem como exposições individuais em Portugal e além-fronteiras. Também tem vindo a desenvolver trabalhos em colaboração com a GAU (fig. 178, 182 e 183), sendo um dos artistas convidados para participar na exposição “Almada por se7e” (fig. 182 e 183).

5.6. TARGET

TARGET é um artista plástico que faz trabalhos na rua. Licenciado em Design e Comunicação, foi através de uma viagem à cidade de Paris que terá iniciado a sua vontade de trabalhar na rua, devido à grande quantidade de *stencils*, *posters* e *stickers* que cobriam as paredes. O seu primeiro trabalho foi feito na cidade de Lisboa, dentro de um carro que se encontrava parado há alguns meses por uma rua onde frequentemente passava. Decidiu então colocar um *poster* no interior do carro, dando a ideia que estava alguém no seu interior (fig. 184, 185 e 186).

Realizou trabalhos em *stencil* de forma inconstante, sendo o seu trabalho realizado com *posters*, por se tratar de um meio ainda mais efémero que o *graffiti*. Os seus trabalhos procuram despertar reacções em quem por eles passa (fig. 187 e 189).

A ideia para o trabalho a colar na parede surge depois de esta ser escolhida. Só assim coloca um trabalho na rua. O seu trabalho possui influências como Banksy e Shepard Fairey (OBEY). Lisboa é a cidade onde mais trabalha, mas já trabalhou em cidades europeias como Barcelona ou Londres. Participou também na edição de 2012 do festival Walk&Talk (fig. 189 e 190).

No entanto, não se limita a trabalhar na rua. Através do seu *blog stick2target*, procura divulgar a produção de *street art* e *graffiti* a nível nacional, para além da cobertura de alguns eventos, a nível nacional e internacional, onde marcam presença artistas portugueses.

5.7. MESK

Na cidade do Porto encontramos MESK. O nome deriva da substância psicotrópica retirada de alguns cactos, a mescalina, que depois de ingerida provoca alucinações. Licenciado em Artes Digitais e Multimédia pela Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos desde 2008, iniciou em 2001, através de amigos, algumas experiências com a banda desenhada e o *graffiti*. Apenas em 2004 tem um contacto mais profundo com esta prática. Mudar o suporte e a sua dimensão abriu novas possibilidades ao seu trabalho. A lata de *spray* tornou-se assim num material prático.

Entrou para a CMK *crew*, onde pôde aperfeiçoar a sua técnica e viver os valores em que o *graffiti* assenta. Em 2005 entrou em contacto com o suporte digital, onde ainda hoje trabalha.

Ilustrador *freelancer* desde 2008, mostra nos seus trabalhos uma forte ligação com a ilustração e com a banda desenhada, onde as cores fortes desempenham um importante papel, quer seja em papel, parede ou ainda em formato digital (fig. 191, 192, 193 e 195). A fluidez das formas apresenta-se como uma forma de tornar o seu trabalho mais agradável, com algum humor. Não se considera um *writer*, mas sim um ilustrador, apesar de possuir um *tag* e de este *tag* ser conhecido na comunidade. No seu trabalho é ainda possível encontrar a imagem sobreposta à palavra, encontrando-se esta totalmente afastada dos seus trabalhos.

Entre os seus diversos trabalhos em paredes, maioritariamente realizados no norte do país, encontramos uma participação com o *writer* OKER na edição de 2011 do festival Walk&Talk Azores (fig. 194).

6. Considerações finais

O trabalho que foi aqui apresentado procurou abrir o caminho para o reconhecimento do *graffiti* e da *street art* como movimento artístico característico do meio urbano, no seio da história da arte.

Depois de feita a apresentação das suas origens, tanto no continente americano, como no continente europeu, é possível compreender as diferentes práticas que surgiram nos diferentes cenários. O que, nas cidades norte-americanas, começou como uma forma de demarcação territorial, passou rapidamente a tratar-se de uma forma de afirmação pessoal no seio de um clima de agitação social. No caso do continente europeu, foi o clima de agitação política vivido durante as revoluções estudantis francesas de Maio de 1968 que veio a marcar o uso dos muros como forma de protesto. A união entre *graffiti* e *hip-hop*, e a sua consequente disseminação no continente europeu, não corresponderam a um fenómeno homogéneo principalmente devido à falta de conhecimento por parte dos *writers* europeus, habituados a práticas diferentes, como a do *stencil*. A maior diferença entre ambos os continentes residiu na necessidade de aceitação como movimento artístico, por parte dos praticantes europeus, enquanto os americanos mantinham o seu interesse na criação de uma reputação no seio da comunidade e atacavam os comboios da cidade de Nova Iorque.

O cidadão europeu soube receber o *graffiti*, enquanto o cidadão americano, e principalmente o poder político, o viu como uma praga e uma ameaça à ordem pública. Surgem então várias campanhas de combate ao *graffiti*, umas mais violentas que outras, que resultaram na passagem do *graffiti* das carruagens do metropolitano, para as paredes. A forte criminalização que surge com estas campanhas aumenta a necessidade da manutenção do anonimato, através da criação de uma nova identidade, que se manifesta através do uso de uma alcunha, que será a sua identidade no seio da comunidade de *writers*.

Esta comunidade, apesar de diversificada no que toca aos membros que a compõem, soube criar um conjunto de normas que estabeleceram uma hierarquia, onde o mais inexperiente, o chamado *toy*, apesar de apadrinhado por *writers* mais experientes, vê o seu trabalho desvalorizado quando confrontado com o trabalho de *writers* mais experientes, os chamados *kings*. Todo um código de ética deve ser seguido pelo *writer*, num caminho onde o desenvolvimento de um estilo próprio é fortemente valorizado, e a cópia fortemente penalizada pelos seus pares, influenciando a sua reputação e a

progressão no seio da hierarquia. É desta necessidade de criar algo novo que surgem estilos como o *wildstyle* ou o 3D ou tipologias como o *throw-up* e a *masterpiece*. Para estes primeiros *writers*, a letra e a tipografia desempenhavam um importante papel, sendo descuradas quaisquer preocupações de nível estético.

Começaram a surgir *writers* com algum distanciamento das práticas da comunidade do *graffiti*, ligados ao *skate* e ao *surf*. Surgem também os primeiros artistas que utilizavam a rua como local para desenvolver os seus trabalhos, opondo-se às práticas dos *writers*. É a partir de então que surge a *street art*, ou *pós-graffiti*, uma prática caracterizada pela escolha de caminhos diferentes daqueles utilizados pelos *writers*. Estas práticas mantiveram-se na rua, conservaram também o seu carácter ilegal e a rebeldia face às instituições, mas puderam também optar pela passagem para uma vertente legal. A iconografia sobrepõe-se à tipografia, possibilitando a comunicação com um público mais amplo. Os seus praticantes, apesar de partilharem uma ligação com os *writers*, procuram embelezar o espaço público, funcionando assim como uma alternativa ao *graffiti*.

Estes novos praticantes permitiram criar uma comunidade onde a convivência se tornou mais agradável, mais aberta à experimentação de materiais e técnicas até então utilizadas no campo das belas-artes. Também aqui surge uma maior presença de elementos do sexo feminino, que representavam uma pequena parte da comunidade de *writers*. É também possível encontrar no seio desta comunidade diversos *writers* vindos do *graffiti*, possivelmente motivados pelo receio de problemas com as autoridades, que sentem a necessidade de experimentar novas técnicas e novos materiais. Existe uma ligação mais próxima com a arte, apesar da clara rebeldia face a classificações e às instituições, sendo a partir de então possível encontrar materiais como pincéis, *posters* ou ainda *stencil*.

O contexto em que esta é colocada representa um importante papel para a sua compreensão por parte do observador, sendo possível criar duas peças iguais, mas que colocadas em contextos diferentes assumem diferentes papéis.

A internet e a fotografia desempenharam e continuam a desempenhar um importante papel na divulgação e na troca de conhecimento entre os seus participantes, criando arquivos pessoais de diversas dimensões e fazendo o que podemos considerar como cripto-história da arte.

A entrada tanto do *graffiti* como da *street art* no mundo da arte não tem sido pacífica, já que são vários os membros que, no seio da comunidade, não vêm com bons olhos a entrada nas instituições, que perdem assim toda a sua força e energia, mas que em simultâneo favorecem o apuramento técnico e uma possível carreira.

No caso da história da arte, é ainda muito cedo para assistirmos a uma aceitação generalizada, já que estamos perante um movimento que apesar de contar com mais de 40 anos, ainda se mantém num activo processo de evolução. Com maior ou menor resistência, já existe o reconhecimento no que diz respeito à qualidade dos trabalhos apresentados. Ao contrário do *graffiti*, que é ainda tido por uma parte considerável dos seus observadores, a *street art* depara-se com uma maior aceitação por parte dos mesmos, pois encontram nela características presentes nas obras de arte. É no entanto necessário entender-se que este tipo de práticas exige um diferente tipo de análise, onde deve ser encarada como constituinte de uma cultura urbana actual, que se alimenta do presente. Estudar este movimento será um desafio, já que absorve o que acontece à sua volta, para rapidamente formular a sua resposta.

A chegada do *graffiti* a território português foi mais demorada, devido ao período pós-revolucionário. Com o fim do Estado Novo, o espaço público passou a ser utilizado para a criação de murais de propaganda política e de outras associações populares.

Durante a década de 80, surgiram algumas manifestações de *graffiti* associadas ao hip-hop, mas sem a consistência necessária para a manutenção deste movimento em território nacional. Nem mesmo a passagem de alguns *writers* internacionais proporcionou o aparecimento de um maior número de praticantes. Começam a surgir pequenos grupos nos subúrbios da cidade, como em Carcavelos e na margem sul, aparecendo assim as primeiras *crews* nacionais. No entanto estas ainda não possuíam qualquer interesse em disseminar o seu trabalho para além da sua área.

À medida que a década de 90 chegou, e como clara consequência da entrada na comunidade europeia, vemos os murais propagandísticos perderem força e dar lugar a uma cultura de consumismo. É nesta década que surgem *crews* históricas, bem como alguns dos maiores nomes ainda hoje em actividade, como a PRM *crew*. O *graffiti* desenvolve-se nos subúrbios da cidade de Lisboa, mas é no seu seio que surgem alguns dos locais mais emblemáticos para o *graffiti*, como o muro das Amoreiras e de Alcântara. Alguns *writers* luso-descendentes visitam com regularidade a cidade,

acompanhados de outros artistas internacionais. De uma forma espontânea, surgem os primeiros eventos ligados ao *graffiti* e ao *hip-hop*, os primeiros ataques a comboios e surgem *crews* ligadas à cidade de Lisboa. Um pouco mais tarde começam a surgir *writers* sem ligações ao hip-hop e há um aumento progressivo de publicações sobre o assunto.

A viragem do século é marcada pelo aparecimento de vários nomes influentes da *street art* e do *graffiti* nacional, muitos deles com origem na margem sul. O número de seguidores aumentou, bem como a sua popularidade, mas os conflitos entre apoiantes e opositores mantiveram-se. No entanto, *graffiti* e *street art* convivem de uma forma quase pacífica em ambiente urbano, procurando combater o apelo diário ao consumo.

O nascimento de um conjunto de eventos e projectos ligados ao *graffiti* e à *street art* veio reflectir o que pelo mundo tem vindo a acontecer. Graças a estes eventos, na sua maioria realizados longe dos grandes centros urbanos, procurou-se cativar o público que habitualmente segue este tipo de trabalhos, bem como proporcionar novas experiências à população local, que muitas vezes se encontra ainda sem qualquer tipo de informação criada quanto a ambas as manifestações. Surgem também como uma forma de promover diferentes regiões, apresentando-as aos artistas convidados, e de dinamizar a economia local, mesmo que por um curto espaço de tempo.

Tanto a comunidade de *writers* como a comunidade de *street artists* apresentam uma grande diversidade de práticas e técnicas. Portugal é também um exemplo disso, sendo possível encontrar *writers* unicamente ligados ao *bombing*, à criação de *Hall of fames* e ainda *street artists* que fizeram a transição do *graffiti* e procuram estabelecer-se como artistas no mundo da arte, ou que simplesmente procuram deixar a sua marca na cidade.

Falar de *graffiti* e de *street art* é falar de um movimento que vive no seio de diversas contradições. Considerar o *graffiti* como uma forma de arte ou como uma forma de vandalismo dependerá sempre da vivência do seu observador, ignorando por vezes a vontade do próprio *writer*. O caso da *street art* é bastante diferente, apesar de manter alguma ilegalidade, e devido à preocupação estética que está presente na maioria dos seus intervenientes. Os seus intervenientes, apesar de em alguns casos demonstrarem alguma relutância no que diz respeito à sua classificação como artistas, procuram alterar o espaço urbano, embelezando-o ou apenas tornando-o diferente. Apesar do aumento do número de intervenientes com formação artística, e de alguns procurarem entrar no

mundo da arte, existem também os seguidores de todo um percurso, acompanhado por filosofias de vida muito próprios.

Estamos portanto perante um movimento artístico que vive principalmente em espaço urbano, que se alimenta das suas produções e procurar comunicar com as massas, contrariando toda uma política de apelo ao consumismo e apelando à liberdade de escolha de cada um.

7. Glossário

Ataque – o mesmo que missão.

All city – estar por toda a cidade, com o seu *tag*.

Background – equivalente a fundo no *graffiti*.

B-boy – *Break-boy*. Elemento do sexo masculino que se dedica à prática do *breakdance*.

B-girl – *Break-girl*. Elemento do sexo feminino que se dedica à prática do *breakdance*.

(to) Bite – Copiar, imitar ou plagiar o trabalho de outro. Pode tratar-se da cópia do *tag*, do nome da *crew* ou de elementos estilísticos claramente identificados como de outro *writer*.

Biting – acto de copiar, imitar ou plagiar.

Black book – livro ou caderno de esboços onde o *writer*/artista realiza o projecto de uma peça. Pode conter referências como fotografias de trabalhos de outros *writers*/artistas ou elementos que o ajudem a desenvolver o projecto.

Bomber – *writer* que pratica *bombing*.

Bombing – pintar *tags* e *throw-ups* de uma forma rápida e desenfreada. Não possui grandes adornos e é realizado em locais de grande visibilidade.

Book – ver Blackbook.

Bubble Letters Style – estilo letra arredondado, semelhante a balões de pastilha elástica ou bolha. Frequentemente utilizado em *Throw-ups*.

Buff – Meio empregue para a limpeza de *graffiti* em carruagens de metros. Principalmente conhecido pela sua capacidade destrutiva, que por vezes era imperfeita, consistia na passagem da carruagem por um banho de químicos. Quanto mais lisa fosse a superfície da carruagem, mais difícil se tornava a remoção do *graffiti*.

(to) Buff – acto de apagar.

(to) Burn – vencer o adversário, vencer a competição.

Burner – um *window down whole car* de *wildstyle* bem executado.

Caps – aspersor amovível colocado na lata de *spray*. Pode ter diferentes grossuras, originando diferentes tamanhos de traço para poder desempenhar funções específicas, como preenchimento ou contornos.

Crew – grupo de *writers* que pinta em conjunto de uma forma habitual. São identificados por uma sigla (p.e.: OGA – *Only Girls Allowed*). O termo é também usado para o *skate*, *breakdance* e *parkour*.

(to) Cross – resulta da sobreposição de uma peça por cima de uma outra existente no mesmo local.

Crossar – acto de riscar, pintar por cima de *graffiti* alheio. Pode ser entendido como uma forma de desafio ao *writer* da peça agora sobreposta.

DJ – *Disco Jockey*.

DJing – actividade realizada pelo Dj. Este manipula os discos, numa mesa de mistura, para produzir uma sonoridade própria.

Down – fazer parte do grupo ou da acção.

Drips – escorrências de tinta. Podem funcionar como marcas de inexperiência do *writer*, mas podem também ser executadas de forma propositada, para realçar a peça.

End-to-end – carruagem pintada de uma ponta à outra. Pode corresponder a um único *graffiti* que preenche toda a carruagem, com a mesma altura de um *panel*.

Fading – misturar cores.

Fill-in – preenchimento do *graffiti*, independentemente do tipo de preenchimento.

Flow – fluidez presente na composição do trabalho.

Getting up – deixar a sua marca por toda a cidade, da forma mais abundante possível.

Glow – cor utilizada para enfatizar toda a peça de forma a fazê-la sobressair.

Graff – abreviatura de *graffiti*.

Graffitar – fazer *graffiti*.

Graffiti – (it. *Graffiare*) meio de comunicação não institucional, realizado manualmente com o uso de *sprays* ou outros materiais em suporte móvel ou fixo. Pode ser encarado

como um trabalho de carácter lúdico, ritual, informativo ou ideológico. O seu autor tem plena consciência da ilegalidade inerente a esta prática. Expressão artística de carácter urbano.

Hall of fame – parede pintada com uma longa sequência de *graffiti* de elevada qualidade. Pode também corresponder a uma parede legalizada.

Highlight – contorno exterior ao *outline*, que funciona como uma aura.

Hitting – deixar o *tag* em qualquer tipo de superfície, com tinta.

Jam – encontro de *writers* para fazer *graffiti*, onde podem ser mostradas as *skills* de cada um.

King – *writer* bastante experiente que atingiu o topo da hierarquia devido à qualidade e impacto do seu trabalho, sendo o seu valor reconhecido pela comunidade. Só estes podem usar uma coroa no seu trabalho. Qualquer *writer* pode aspirar a ser *king* e existem vários tipos de *kings*: *king of style* (rei do estilo), *king of the line* (rei da linha) ou *king of the insides* (*king* de interiores).

Lettering – forma como os caracteres são apresentados.

Masterpiece – Obra de grande qualidade, de grande envergadura. De elevada qualidade técnica.

MC – Diminutivo de *Master of Cerimonies*. Este realiza intervenções vocais sobre uma base musical. Assume o papel de líder no rap, conduzindo a forma como os eventos e a interacção entre público e participantes.

MCing – actividade realizada pelo MC.

Missão – realizar *graffiti* de forma arriscada, regra geral associada à pintura de metros ou *bombing* em locais difíceis.

Old School – velha guarda, ou velha escola.

Overlapping – técnica de sobreposição de caracteres.

Panel – peça realizada entre as janelas e as portas da carruagem.

Piece – diminutivo de *masterpiece*.

Pulling – técnica utilizada no *graffiti* que consiste em puxar partes dos caracteres utilizados na composição do trabalho.

Rap – acrónimo de *Rhythm and poetry*. Pode ser considerada como a voz do *hip-hop*.

Silver – *graffiti* realizado com grande rapidez, preenchidas a prateado ou com tons de alumínio e contornadas com uma cor diferente. Tem como finalidade conseguir a maior visibilidade possível e é executada em vias de trânsito como auto-estradas e linhas de metro.

Skills – capacidades e habilidades técnicas de um *writer* na execução do *graffiti*.

Spot – lugar onde o *writer* pinta, ou que tem potencial para ser pintado.

Stencil – técnica em que a imagem é pintada sobre um molde recortado, que após uma passagem com o spray deixa na superfície a marca pretendida. O molde pode ser feito dos mais diversos materiais, de rápida execução e torna a imagem facilmente repetível.

Stickers – autocolantes. Podem ser feitos manualmente ou por computador, contendo grafismos que identificam o seu autor. Pode conter *tags*, mensagens ou ícones. Muito associados ao chamado *pós-graffiti*.

Street Art – também conhecido como *pós-graffiti*. Intervenção feita na rua, à base de marcadores, stickers, stencils, posters, colagens de azulejos, entre muitos outros. Pode também ser entendida como termo genérico para arte urbana.

Street Bombing – *Bombing* na rua.

Tag – pseudónimo utilizado por um *writer*, de forma muito estilizada, que funciona como a sua assinatura. De rápida execução, trata-se da forma inicial do *graffiti*. Geralmente realizado com marcador, mas também pode ser feito com *spray*, e utiliza apenas uma cor.

Tagar – acto de espalhar o *tag* pela cidade.

Tagger – aquele que faz *tags*.

Tagging – ver ‘*tagar*’.

Throw-up – *tag* de maiores dimensões, geralmente monocromático – mas pode usar duas ou três cores –, e com contornos de cor diferente. De rápida execução.

Top-to-bottom – peça que se estende desde o topo até ao fundo da carruagem do metro.

Toy – *writer* inexperiente, numa fase inicial de carreira e ainda no fundo da hierarquia. Os seus trabalhos têm pouca qualidade e dedica-se principalmente a fazer *tags* e *throw-ups*.

Train Bombing – *Bombing* em carruagens de metropolitano e comboios.

Wak – incorrecto ou desclassificado.

Whole car – carruagem do metro pintada desde o início, até ao seu final.

Whole train – metro totalmente pintado, desde a primeira carruagem, até à última.

Wildstyle – estilo de *graffiti* selvagem, onde as letras se entrelaçam de uma forma contínua, tendo as setas como um dos principais elementos característicos. De difícil compreensão para quem seja exterior à comunidade. Iniciado na cidade de Nova Iorque nos anos 70.

Window down – peça feita abaixo das janelas da carruagem.

Writer – alguém que pinta com *spray*, de acordo com um conjunto de regras estabelecidas por uma comunidade. Aquele que faz *graffiti*.

Yards – parque de estacionamento ou outros locais onde o *writer* pode pintar.

3D – estilo de *graffiti* com a presença de elementos que procuram dar uma ideia de tridimensionalidade à peça.

8. Bibliografia

- Almeida, S. T. (2006) *O Graffiti no contexto educativo: Um projecto de investigação numa perspectiva interdisciplinar*. Universidade de Aveiro, Departamento de Didáctica e Tecnologia Educativa. Aveiro: Universidade de Aveiro.
- Azevedo, T. P. (2011, Abril) *Nascidos na rua*. In Artes e Leilões, pp. 16-19.
- Azevedo, T. P. (2012, 5 de Fevereiro) *Os muitos rostos de Vhils*. In Magnética Magazine: <http://www.magneticamagazine.com/artigo/arte/os-muitos-rostos-de-vhils/>
- Azevedo, T. P. (2012, 4 de Maio) *Walk and Talk*. In Magnética Magazine: <http://www.magneticamagazine.com/artigo/arte/walk-and-talk/>
- Azevedo, T. P. (2013, 30 de Maio) *Pantónio*. In Magnética Magazine: <http://www.magneticamagazine.com/artigo/arte/pantanio/>
- Banksy (2006) *Wall and Piece*. London: Century.
- Belanciano, V (2013, 25 de Junho) *Muros brancos, povo mudo*. In Público: <http://www.publico.pt/cultura/noticia/muros-brancos-povo-mudo--1598253>
- Burns, S. (2006) *Zombies lived here - Sergio Burns on graffiti and corporate branding*. In *Contemporary*, nº 81, pp. 36-39.
- Campos, R. (2007) *Pintando a cidade. Uma abordagem antropológica ao graffiti urbano*, Dissertação de doutoramento em Antropologia Visual, Lisboa, Universidade Aberta.
- Campos, R. (2010) *Porque pintamos a cidade? - Uma abordagem etnográfica do graffiti urbano*. Lisboa: Fim de Século.
- Cardoso, S. (2012, 10 de Maio) *Re-make: as paredes de Lisboa estão mais coloridas*. In P3: <http://p3.publico.pt/cultura/design/3011/re-make-paredes-de-lisboa-estao-mais-coloridas>
- Chalfant, H., & Prigoff, J. (1998) *Spraycan art*. London: Thames & Hudson Ltd.
- Chaves, A. (2012, 4 de Janeiro) *No Porto há uma nova loja dedicada ao graffiti*. In P3: <http://p3.publico.pt/vicios/espelho/1858/no-porto-ha-uma-nova-loja-dedicada-ao-graffiti>
- Coffield, F. (1991) *Vandalism & Graffiti - The of the art*. London: Calouste Gulbenkian Foundation.
- Cooper, M., & Chalfant, H. (1998) *Subway Art*. London: Thames & Hudson Ltd.
- Costa, L. O. (2011, 27 de Dezembro) *“O que diz Lisboa?” é ironia, é o retrato de uma capital*. In P3: <http://p3.publico.pt/cultura/exposicoes/1815/quote-que-diz-lisboaquot-e-ironia-e-o-retrato-de-uma-capital>

- Costa, L. O. (2013) *Walk&Talk, a arte pública sem medo das alturas*. In P3: <http://p3.publico.pt/cultura/palcos/8193/walkamptalk-arte-publica-sem-medo-das-alturas#>
- Danysz, M. (2011) *From style writting to art: A street art anthology*. Roma: Drago Arts & Communications.
- Dias, N. (2012, Outubro) *Alexandre Farto // Vhils*. In Idiot Mag nº 8 pp 28 - 37: <http://idiotmag.wordpress.com/2012/10/31/alexandre-farto-vhils/>
- Dias, S. S. (2013, 24 de Julho) *Graffiti no feminino*. In Sapo Mulher: <http://mulher.sapo.pt/atualidade/em-foco/artigo/graffiti-no-feminino/?page=all>
- Farto, A. (2008, Março) *O graffiti parte o cinzentismo da cidade*. L+arte, nº 46 p. 47.
- Farto, A., Crespo, N. (2012) *Alexandre Farto*. Lisboa: Fundação EDP.
- Ferrão, H. (2001) *Graffiti: Mestiçagem imagética dos não lugares*. In Arte Teoria - Revista do Mestrado de Teorias de Arte Da Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa, nº 2 pp. 156 - 165.
- Ferrari, L. (2008) *Guia de História da Arte Contemporânea*. Lisboa: Editorial Presença.
- Ferro, L. (2011) *Da rua para o mundo: configurações do graffiti e do parkour e campos de possibilidades urbanas*. Dissertação de doutoramento em Antropologia Urbana, Lisboa, ISCTE-Bussiness school, Instituto Universitário de Lisboa.
- Freitas, C. (2012, 28 de Abril) *Walk&Talk, o fim das paredes brancas e do povo mudo*. In P3: <http://p3.publico.pt/cultura/palcos/2853/walkamptalk-o-fim-das-paredes-brancas-e-do-povo-mudo>
- Ganz, N. (2004) *Graffiti World - street art from five continents*. London: Thames & Hudson Ltd.
- Grilo, E. (ed. Lit.); Santos, D. (co-aut.) & Faro, P. (co-aut.) (2012) *Coleção António Cachola Vol. 2012*. Elvas: Museu de Arte Contemporânea de Elvas
- Haks, F., e Hoekstra, F. (1992) *Coming from the subway: New York graffiti art - histoire et développement d'un mouvement controversé*. Weert: VBI.
- Henriques, Ana (2011, 10 de Dezembro) *Nasceu um cavalo espanhol junto à Avenida da Liberdade*. In Público: <http://www.publico.pt/local/noticia/nasceu-um-cavalo-espanhol-junto-a-avenida-da-liberdade-1524513>
- Hoffman, F., Jones, K., Mayer, M., & Sirmans, F. (2005) *Basquiat*. London; New York: Merrell Publishers.
- Jornal I (2011, 15 de Julho) *Arte Urbana. Do 25 de Abril aos vidrões e camiões do lixo*. In Jornal I online: <http://www.ionline.pt/artigos/arte-urbana-25-abril-aos-vidroes-camioes-lixo>
- Jornal I (2011, 4 de Outubro) *Wool. Na Covilhã trocaram-se os lanifícios pelas latas de spray*. In Jornal I online: <http://www.ionline.pt/artigos/boa-vida/wool-na-covilha-trocaram-se-os-lanificios-pelas-latas-spray>

- Jornal I (2012, 13 de Maio) *Galeria de Arte Urbana comemora três anos a sensibilizar Câmara de Lisboa para artistas no meio do lixo*. In Jornal I online: <http://www.ionline.pt/artigos/boa-vida/arte-urbana-ruas-tambem-sao-das-miudas>
- Jornal I (2012, 13 de Agosto) *Walk&Talk. Quando pensamos Açores que cores lhe vêm à cabeça? Verde e azul? Isso era de antes*. In Jornal I online: <http://www.ionline.pt/artigos/liv/walktalk-quando-pensamos-cores-lhe-vem-cabeca-verde-azul-isso-era-dantes>
- Jornal I (2012, 3 de Setembro) *Arte Urbana. As ruas também são das miúdas*. In Jornal I online: <http://www.ionline.pt/artigos/boa-vida/arte-urbana-ruas-tambem-sao-das-miudas>
- Kelling, G. L. e Wilson, J. Q. (1982, Março) *Broken windows – The police and neighborhood safety*. In The atlantic: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1982/03/broken-windows/304465/>
- Laemmermann, K. (2012) *Graffiti and street art*. North Charleston: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Lewisohn, C. (2007) *Street Art*. London: Tate Publishing.
- Lewisohn, C. (2011) *Abstract Graffiti*. London: Merrell Publishers Ltd.
- Lisboa, C. M. (2012) *Galeria de Arte Urbana: 3 anos*. Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa - Departamento de Património Cultural.
- Longhi, S., e Maître, B. (2011) *Paris Pochoirs*. Paris: Éditions Alternatives.
- Lusa (2009) *Artista português Vhils não tem certeza se já conheceu Banksy*. In Diário de Notícias: http://www.dn.pt/inicio/artes/interior.aspx?content_id=1286070&page=-1
- Lusa (2012, 19 de Fevereiro) *Stencil que são enigmas e memórias de Eça*. In P3: <http://p3.publico.pt/cultura/palcos/2292/stencil-que-sao-enigmas-e-memorias-de-eca>
- Lusa (2012, 16 de Maio) *Três anos de GAU, bons tempos para a “street art”*. In P3: <http://p3.publico.pt/cultura/exposicoes/3053/tres-anos-de-gau-bons-tempos-para-street-art>
- Lusa (2012, 11 de Agosto) *Walk&Talk: o adeus ao “museu ao ar livre global e democrático”*. In P3: <http://p3.publico.pt/cultura/exposicoes/4139/walkamptalk-o-adeus-ao-museu-ao-ar-livre-global-e-democratico>
- Lusa (2012, 2 de Dezembro) *Azulejos: arte secular adaptada aos dias de hoje e espalhada pelas ruas*. In Sol: http://sol.sapo.pt/inicio/Cultura/Interior.aspx?content_id=63994
- Lusa (2013, 7 de Fevereiro) *Lisboa acolhe ao longo do ano ‘pop-up shows’ de arte urbana em locais como edifícios abandonados*. In Jornal I online: <http://www.ionline.pt/artigos/boa-vida/lisboa-acolhe-ao-longo-ano-pop-up-shows-arte-urbana-locais-edificios-abandonados>

- Lusa (2013, 19 de Março) *Vhils inaugura a exposição “Dissolve” na Austrália*. In P3: <http://p3.publico.pt/node/7129>
- Manaia, T. (2008, Março) *Crime e Ornamento*. L+Arte, nº 46 pp. 42-46.
- Manco, T. (2004) *Street Logos*. London: Thames & Hudson Ltd.
- Maniatoglou, M. d. (2010) *Dicionário de Grego - Português*. Porto: Porto Editora.
- Mantovani, M. K., Meneguzzo, M. (2009) *Kayone: caratteri mobili*. Milano: Electa.
- Martins, S. (2013, 31 de Maio) *Maria Imaginário e a vida secreta dos legumes*. In Magnética Magazine: <http://www.magneticamagazine.com/artigo/arte/maria-imaginario-e-a-vida-secreta-dos-legumes/>
- Mccornick, C. (2010) *Trespass - A History of Uncommissioned Urban Art*. Cologne: Taschen GmbH.
- Mea, G. (2009) *Dicionário de Italiano - Português*. Porto: Porto Editora.
- Meireles, S. (2011, 24 de Outubro) *Entrevista – WoolFest (Festival de Arte Urbana da Covilhã)*. In H2T: <http://h2tuga.pt/h2tuga/woolfest-festival-arte-urbana-da-covilha/>
- Mendonça, B. (2013, 18 de Maio) *Miúdas com lata*. In Revista pp 26 – 34.
- Monmagnom, O. (1996) *Sabotage! Le graffiti-art sur les trains d'Europe*. Paris: Florent-Massot.
- Monteiro, B. (2013, Fevereiro) *Gonçalo Ribeiro*. In Rua de Baixo: <http://www.ruadebaixo.com/goncalo-ribeiro-mar.html>
- Moore, M. (2010) *Underdogs*. Lisboa: Underdogs.
- Moore, M., Cruz, L. (2007) *Visual Street Performance 2007*. Lisboa: VSP.
- Moura, T. (2012, Outubro) *Tamara Alves*. In Idiot Mag nº 8 pp. 46 – 49: <http://idiotmag.wordpress.com/2012/10/08/tamara-alves/>
- Moura, T. (2013, Junho) *Branco + Branco*. In Idiot Mag nº16 pp. 30 – 35: http://issuu.com/idiotmag/docs/idiot_mag_16
- Nguyen, P., Mackenzie, S. (2010) *Beyond the street - The One Hundred leading figures in urban art*. Berlin: Die Gestalten Verlag.
- Oliveira, K. (2012, 11 de Dezembro) *GAU: o melhor da “street art” de Lisboa já está no papel*. In P3: <http://p3.publico.pt/cultura/exposicoes/5750/gau-o-melhor-da-street-art-de-lisboa-ja-esta-no-papel>
- Palinhos, J. (2013, 16 de Abril) *Reverse graffiti, arte menos poluição*. In P3: <http://p3.publico.pt/cultura/exposicoes/7505/reverse-graffiti-arte-menos-poluicao>
- Parmesani, L. (1998) *Art of the twentieth century - movements, theories, schools and tendencies 1900-2000*. Milano: Skira editore S.p.A.

- Pereira, H. (2012, 22 de Maio) *Underdogs, Vhils e Pauline Foessel*. In Magnética Magazine: <http://www.magneticamagazine.com/artigo/arte/underdogs-vhils-e-pauline-foessel/>
- Pinheiranda, J. (ed. Lit), Ribeiro, M. P. (ed. Lit) & Almeida, J. A. R (co-aut) (2009) *Colecção António Cachola: Museu de Arte Contemporânea de Elvas*. Elvas: Museu de Arte Contemporânea.
- Público (2011, 10 de Agosto) *Graffito de Lisboa eleito um dos dez melhores exemplares de arte urbana*. In Público: <http://www.publico.pt/cultura/noticia/graffito-de-lisboa-eleito-um-dos-dez-melhores-exemplares-de-arte-urbana-1507063>
- Reis, R. (2012, 14 de Agosto) *Walk&Talk'12*. In Magnética Magazine: <http://www.magneticamagazine.com/artigo/arte/walketalk12/>
- Riout, D. et al (1985) *Le Livre du Graffiti*. Paris: Éditions Alternatives.
- Rodrigues, L. S. (2012, 6 de Junho) *Wool on Tour invade LXfactory em Lisboa*. In Magnética Magazine: <http://www.magneticamagazine.com/artigo/arte/wool-on-tour-invade-lxfactory-em-lisboa/>
- Rodrigues, L. S. (2012, 5 de Dezembro) *There is one in all of us na influx*. In Magnética Magazine: <http://www.magneticamagazine.com/artigo/arte/there-is-one-in-all-of-us-na-influx/>
- Rodrigues, L. S. (2012, 5 de Dezembro) *Lata 65, a idade como um número*. In Magnética Magazine: <http://www.magneticamagazine.com/artigo/geral/lata-65-a-idade-como-um-numero/>
- Rodrigues, L. S. (2012, 14 de Dezembro) *Wool regressa ao LXfactory*. In Magnética Magazine: <http://www.magneticamagazine.com/artigo/arte/wool-regressa-ao-lxfactory/>
- Rodrigues, L. S. (2013, 23 de Maio) *Wool on Tour invade novamente LXfactory*. In Magnética Magazine: <http://www.magneticamagazine.com/artigo/arte/wool-on-tour-invade-novamente-lxfactory/>
- Ruhrberg, K. (2010) *Arte do século XX* (Vol. 1). Cologne: Taschen GmbH.
- Ruiz, M. (2011) *Walls & Frames: fine arts from the street*. Berlin: Die Gestalten Verlag.
- S/a (1978) *As paredes da revolução: graffiti*. Mil Dias editora.
- S/a (1971) *'Taki 183' Spawns Pen Pals*. The New York Times, 37.
- Shea, J. A. (2011, Junho - Agosto) *It's not where you're from, it's where you're at: Context and art from the streets*. In Art & Australia, V. 48 nº 4 pp. 696 - 703.
- Silva, C. (2012, 16 de Novembro) *Arte urbana. Os mais velhos também têm lata*. In Jornal I online: <http://www.ionline.pt/artigos/boa-vida/arte-urbana-os-mais-velhos-tambem-tem-lata>

- Silva, P. A. (2013, 16 de Maio) *Mr. Dheo: “O artista tem de correr um caminho ilegal”*
In P3: <http://p3.publico.pt/cultura/exposicoes/7846/mr-dheo-quoto-artista-tem-de-correr-um-caminho-ilegal>
- Smith-Lucie, E. (1995) *The Thames & Hudson dictionary of art terms*. London: Thames & Hudson Ltd.
- Stahl, J. (2009) *Street Art*. Königswinter: Ullmann Publishing.
- Sussman, E. (1997) *Keith Haring*. Köln: Evergreen.
- Suzel, A. (2012, 23 de Maio) *Extra Wool, Covilhã Street art na cidade neve*. In Magnética Magazine: <http://www.magneticamagazine.com/artigo/arte/extra-wool-covilha-street-art-na-cidade-neve/>
- Suzel, A. (2013, 29 de Abril) *‘Fragmentos’ de Vhils*. In Magnética Magazine: <http://www.magneticamagazine.com/artigo/arte/fragmentos-de-vhils/>
- Tish (2012, Novembro) *Mesk*. In Idiot Mag nº 9 pp. 38 – 42: <http://idiotmag.wordpress.com/2012/11/08/mesk/>
- Torres, H. (2011, 2 de Outubro) *Em Bristol, pintar por cima da arte de rua é “acto de vandalismo”*. In P3: <http://www.publico.pt/cultura/noticia/em-bristol-pintar-por-cima-da-street-art-de-banksy-e-acto-de-vandalismo-1514767>
- Valdivieso, R. (2006) *Contribuição para o conhecimento da territorialidade humana: o graffiti e o espaço territorial urbano*, Dissertação de mestrado em Biologia para o Ensino. Faculdade de Ciências da Universidade do Porto. Porto: Universidade do Porto.
- Vhils. (2011) *VHILS*. Berlin: Die Gestalten Verlag.
- Waclawek, A. (2011). *Graffiti and Street Art*. London: Thames & Hudson Ltd.

8.1. Videografia

- Ahearn, Charlie (Realizador) (1983) *Wild Style*
- Banksy (Realizador) (2010) *Exit Throught the Gift Shop*
- Chalfant, Henry (Realizador), Silver, Tony (Realizador) (1983) *Style Wars*
- Davis, T. (Realizador) e Spraic A. (produtor) (2010). *Jean-Michel Basquiat: The Radiant Child*.
- Wise, R. (realizador) e Robbins, J. (realizador) (1961) *West Side Story*.

8.2. Sites consultados

- Alexandre Farto Aka Vhils <http://alexandrefarto.com/>
- ARM collective <http://www.facebook.com/pages/ARMcollective/272743989453705>

Graffiti e Street Art em Portugal

Art Crimes <http://www.graffiti.org/>

Glam <http://www.catarinamonteiro.com/>

The Cyber Bench: Documenting New York City Graffiti <http://www.at149st.com>

Fat cap <http://www.fatcap.com/>

GAU - Galeria de Arte Urbana <http://galeriaurbana.com.pt/>

Geo Street Art <http://geostreetart.com/theblog/>

H2tuga <http://www.h2tuga.net/h2t.php>

Jean-Michel Basquiat <http://www.basquiat.com/artist.htm#>

The Keith Haring Foundation <http://www.haring.com/#!/#.Uiz1ecakr3Q>

Kilroy was here <http://www.kilroywashere.org>

MAR <http://www.facebook.com/goncaloMARribeiro>

Maria Imaginário <http://www.mariaimaginario.com/>

MESK <https://www.facebook.com/mesk85>

Pantónio <http://pantonio.net/>

RAM <http://www.theramiro.com/>

Red Bull Street Art View <http://www.streetartview.com/>

Stick2Target <http://www.stick2target.com/>

Tamara Alves <http://www.tamaraalves.com/>

Underdogs <http://www.under-dogs.net/>

Unurth Street Art <http://www.unurth.com/>

Walk&Talk Azores – Festival de arte pública <http://walktalkazores.org/>

WOOL – Festival de Arte Urbana da Covilhã <http://www.woolfest.org/>

Índice

0. Introdução.....	8
1. Origens	11
1.1. Estados Unidos da América e Europa.....	15
1.1.1. Filadélfia e Nova Iorque: um movimento de jovens	16
1.1.2. A cultura <i>hip-hop</i>	20
1.1.3. A questão da fama	23
1.1.4. A realidade europeia.....	25
1.2. A outra face da moeda	29
1.3. Uma questão de territorialidade	32
1.3.1. Mais que um género	35
1.4. <i>Tags, Throwies e 'Pieces</i>	36
1.4.1. O <i>tag</i>	36
1.4.2. O <i>Throw-up</i>	38
1.4.3. A <i>masterpiece</i>	39
1.4.4. Exigências técnicas: materiais	40
1.4.5. O anonimato	44
1.4.6. Subcultura Hierarquizada	45
2. <i>Street Art</i> ou <i>Pós-graffiti</i>	47
2.1. Diferentes expressões	53
2.2. Internet e a fotografia.....	54
2.3. Repetição e contexto	56
3. A aceitação no mundo da arte	57
3.1. Basquiat e Haring.....	60
3.2. O <i>Graffiti</i> e a história da arte	63
4. Portugal e as primeiras manifestações	66
4.1. O <i>graffiti</i> em território nacional.....	67
4.1.1. A década de 90	68
4.1.2. A mudança de século e o panorama actual.....	72
4.2. Eventos e projectos nacionais	73
4.2.1. GAU – Galeria de Arte Urbana	74
4.2.2. WOOL – Festival de Arte Urbana da Covilhã	75
4.2.3. Walk&Talk Azores – Festival de Arte Pública	78
5. <i>Writers</i> e <i>Crews</i> em contexto nacional.....	80
5.1. O.G.A. Crew	80

5.1.1.	GLAM	81
5.1.2.	Maria Imaginário (DELLICIOUS).....	82
5.2.	ARM collective.....	82
5.2.1.	MAR	83
5.2.2.	RAM	84
5.3.	Alexandre Farto Aka VHILS	85
5.4.	Tamara Alves	87
5.5.	Pantónio	88
5.6.	TARGET.....	89
5.7.	MESK	90
6.	Considerações finais.....	91
7.	Glossário.....	96
8.	Bibliografia.....	101
8.1.	Videografia	106
8.2.	Sites consultados.....	106